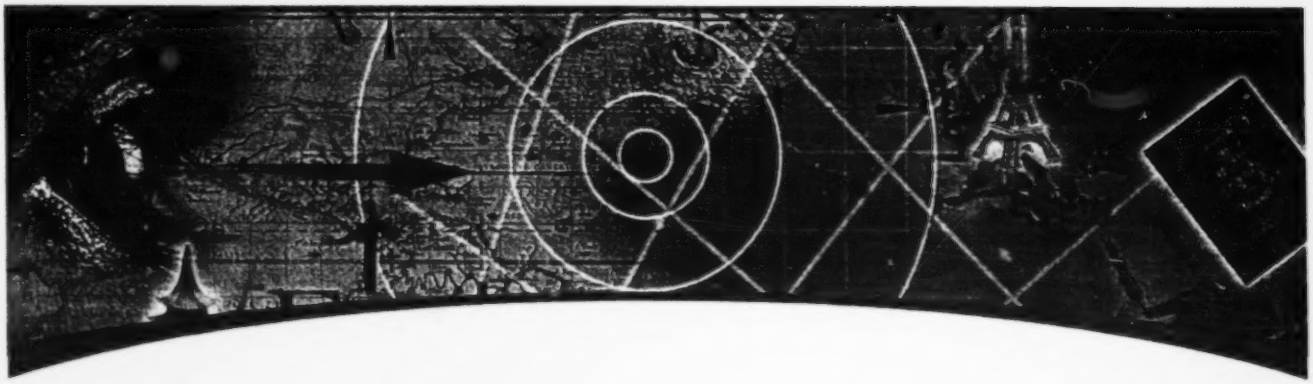
Department of Foreign Affairs and International Trade
Trade Commissioner Service

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
Service des délégués commerciaux

Canada



The Pulse Products Market in Italy

January 2003

MARKET RESEARCH CENTRE

Market Briefs are available online at:

www.infoexport.gc.ca

103-03752/

MARKET RESEARCH CENTRE

Market Brief

The Pulse Products Market in Italy

January 2003

© Department of Foreign Affairs and International Trade
MRC # 0800005

Report prepared by the Market Research Centre
Market Support Division (TCM)
Department of Foreign Affairs and International Trade
125 Sussex Drive, Ottawa K1A 0G2
Fax: (613) 943-1103
E-mail: mrc@dfait-maeci.gc.ca

The Market Research Centre produces a wide range of market reports by region and sector for Canadian exporters. These reports are available from:

— DFAIT's InfoExport Internet site (http://www.infoexport.gc.ca).

The Government of Canada has prepared this report based on primary and secondary sources of information. Readers should take note that the Government of Canada does not guarantee the accuracy of any of the information contained in this report, nor does it necessarily endorse the organizations listed herein. Readers should independently verify the accuracy and reliability of the information.

Department of Foreign Affairs and International Trade
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
Canada

Quick Facts

Market Highlights

- Italy offers an attractive consumer market for foreign products and services in virtually every sector. The country has a gross domestic product (GDP) of $1.2 trillion[1] and a population in excess of 57 million.
- Italy is a large and consistent market for Canadian pulse products. Two of Canada's top exports to Italy in 2001 were lentils and dried peas.
- Local production can not meet Italian demand for beans, peas, chick peas and lentils. Italy will, therefore, continue to be a strong market for these Canadian pulses in the years ahead.

Opportunities

- As one of Italy's top overall suppliers of pulse products, future opportunities for Canadian exports appear promising. Supply opportunities are available for processed pulse products, particularly canned products, as well as raw/dried pulse products to be used by the domestic food-processing industry and local foodservice sector. Export possibilities are particularly strong for organic and non-genetically modified pulse products.
- The growing private-label market also offers potential for Canadian pulse products.

Key Players

- Canada is Italy's top supplier of dried leguminous vegetables. In 2001, pulse imports from Canada totalled over $44.8 million. Other leading foreign competitors include China, France, Argentina, the United States and the United Kingdom.

[1] All monetary amounts are expressed in Canadian dollars, unless otherwise indicated. The conversion rate to Canadian dollars is based on IDD Information Services, *Tradeline*, July 2002.

Customers

- Italians retain considerable pride in their traditional diet and have been slower than most European countries to adopt North American-style food products. However, this is rapidly changing, particularly with the establishment in Italy of major multinational supermarket chains and foodservice franchises.

Export Checklist

- The value-added tax levied on pulse products in Italy is 4% for raw products and 9% for processed products.
- All exports must be accompanied by a standard set of shipping documents. Mandatory label information must be printed in Italian.
- The Canadian Special Crops Association (CSCA)[2] can serve as a helpful contact for Canadian exporters dealing in the Italian market.

Market Summary

- As the world's sixth-largest economy, Italy is a market of immense potential for Canadian companies. The country has a $1.2-trillion GDP and a population in excess of 57 million. In addition, because of Italy's membership in the European Union, products cleared for sale in Italy can move freely into other EU member states, providing an excellent opportunity for Canadian companies seeking to access other lucrative, nearby European markets.
- Agriculture currently accounts for 2.7% of Italy's total GDP. Over the last few decades, Italy has evolved from an agriculture-dependant economy to an industrial economy roughly equal in size to those of the United Kingdom and France. Italy's economy is still divided into a developed industrial north, dominated by private companies, and a less-developed agricultural south. In spite of large amounts of EU and Italian funds dedicated to the development of the south, it remains about one-third less wealthy than its northern neighbour and has an unemployment rate around 22%.

[2] For contact information regarding key organizations mentioned in this report, see **Key Contacts and Support Services**.

- Italy sources most of its agri-food needs within the European Union, except where cost differentials are sufficient to justify importation under high EU duty rates. As a result, major agri-food imports from North America have up to now been largely restricted to such items as high-quality blending wheats, oilseeds, pulses, horsemeat, fish and seeds.

- Per capita, Italians consume approximately 6 kilograms (kg) of pulses per year. With a 30.7% market share, pulses follow tomatoes as the second-largest selling commodity in the vegetable sector.

- Canada's agri-food exports to Italy in 2001 totalled $188.8 million. Two of Canada's top exports to Italy were pulses: lentils (5.8% of total exports) and dried peas (3.5%).

- Although pulse products are grown domestically, local production can not meet the large and growing demand. Italy will therefore continue to be a strong market for Canadian pulses in the years ahead.

Beans

- Bean consumption in Italy averages 3 kg per person per year. Beans are used in variety of regional dishes including antipastos, minestrones and rissottos. They are also used in spreads and served as a side dish.

- Beans are sold throughout Italy in both dry and processed formats. Dry beans are generally sold in 500-gram cellophane packages. Processed beans are generally canned or bottled but also appear in prepared foods such as ready meals. Of all packaging formats, canned beans dominate sales, particularly in northern Italy, while beans sold in glass jars account for only 8% of total beans sales.

- Borlotti beans, similar to the cranberry bean, are popular in northern Italy while southern Italians favour white beans. Both types of beans are popular in Tuscany, in the central region of the country, which is known as the bean-eating centre of Italy. Broad beans, also known as horse beans or fababeans, are popular throughout the country. In fact, Italy is the world's second-largest broad bean importing country. Other prominent imported beans include pinto, black, small red, and kidney (both dark and light red) beans.

- Local production of beans is forecast to reach 64 000 tonnes in 2002; an increase of 11.6% from 2001 totals. Imports are expected to total 96 000 tonnes. Approximately 86 000 tonnes will be used for domestic consumption; the remaining imports will be repackaged for resale to other EU countries.

- With exports of $46.5 million in 2001, China was Italy's main overall supplier of beans. Canada captured a significant portion of kidney bean ($5.2 million) and dried bean ($5 million) markets. However, Canadian exports of red beans ($19 238) and mung beans ($10 998) were not as lucrative. Other top foreign suppliers included Argentina ($36.1 million) and the United Kingdom ($21.4 million).

- The average price of beans, over all classes and grades, is forecast to decrease from 2001 prices by 15-20% due to an increase in supply.

Chick Peas

- Italy is one of the top importers of chick peas in the world and is the second-largest importer in Europe, behind Spain.

- Chick peas are used almost exclusively in Italy for human consumption in soups, pasta dishes, and as condiments and side dishes. The kabuli type, the most popular variety in Italy, is known as an excellent source of protein, fibre, complex carbohydrates, vitamins and minerals. Approximately 4840 tonnes of canned chick peas were purchased by Italian consumers in 2000.

- With exports of $14.1 million in 2001, Mexico is the leading supplier of chick peas to the Italian market. Canada followed Turkey ($3.7 million) as Italy's third-largest supplier with exports totalling $3.1 million last year.

- Total world supply is expected to remain stable at about 8 million tonnes in 2002-2003. Canadian exports are forecast to increase as Canada's share of total world supply increases. The average price over all types, sizes and grades is forecast to be the same as in 2001-2002.

Peas

- Italian consumers use peas in several types of soups, pasta and rice dishes.

- Smaller European pea crops have resulted in a significant increase of Canadian feed peas being shipped to Europe in recent years. With sales of $12.3 million, Canada was Italy's leading supplier of dried peas in 2001. Other foreign competitors that year included Ukraine, France, Austria, the United Kingdom and the United States.

- Demand for pulse proteins by food manufacturers is growing throughout Europe as a result of consumer backlash against genetically modified (GM) soya protein. The total European market for pulse proteins was $171 million or 52 000 tonnes in 2000. Although demand for pulse proteins by the feed industry is expected to

decline in the coming years, due to the availability of less-expensive and more-effective alternatives such as gluten, demand by food-processing sectors will make up the difference. The annual growth rate between 2001 and 2007 is projected to be 10.8%. Market leaders of pulse proteins include Canada's Parrhein Foods, which is Europe's largest provider, Avebe Glucona (Netherlands), Quest International (Netherlands), Cargill (U.S.) and Kerry Ingredients (Ireland).

- Prices for dried peas in 2002-2003 are expected to be pressured by lower protein meal and feed grain prices, lower food market demand and higher Canadian supply. The average price, over all types, grades and markets, is forecast to decrease 10-15%, as compared to 2001-2002.

- Local production of feed peas during 2002 is expected to total 8000 tonnes.

Lentils

- Italians consume over 3 kg of lentils per person per year. Lentils are used in a variety of dishes, including soups, stews, salads and casseroles. Over 3500 tonnes of canned lentils were purchased by Italian consumers in 2000.

- Canada is the leading supplier of lentils to the Italian market. Exports totalled $10.8 million in 2001—a slight increase from exports in 2000, which totalled $10.6 million. Other top suppliers in 2001 included the United States, Turkey, Australia and Portugal.

Table 1. Canadian Lentil Exports to Italy, 1996-2000

Year	Total (Tonnes)
1996	24 000
1997	24 000
1998	26 000
1999	24 000
2000	28 000

Source: Agriculture and Agri-Food Canada. "Bi-Weekly Bulletin: Lentils," June 7, 2002. Downloaded from http://www.agr.gc.ca/policy/winn/biweekly/English/biweekly/volume15/v15n11ea.htm on June 13, 2002.

- Domestic consumption of lentils in Italy is expected to remain at 28 trillion tonnes through 2003, with 27 trillion tonnes coming from imports.

- Although Italy is a leading European importer of large and medium-sized green lentils, it is also a key destination for small green lentils.

- The average price, over all types and grades, is forecast to increase by approximately 5% over 2002-2003, due to a potentially reduced global supply.

Organic

- Italy has the highest pesticide-free rate in Europe. Approximately 80% of Italian-grown fruits, vegetables and cereals contain no traces of pesticides whatsoever.

- Italy is the largest producer of organic food in Europe. Although 30% of organic food grown in Europe is produced in Italy, organic products account for only 2-3% of total agriculture production in the country. Over the last ten years, the organic market in Italy has grown faster than any other agri-food sector. This trend has been bolstered by the fact that consumers are more conscious about quality and food safety.

- Italy devotes approximately 1 million hectares to organic cultivation. Most organic production is concentrated in southern Italy, particularly Sicily and Sardinia, which together account for over 50% of the country's total organic production. Most domestic producers are small businesses that sell directly to consumers from stalls in local markets. There are only a few large-scale operations in existence. Although production is concentrated in the South, over 80% of consumption takes place in the North.

- Sales of organic food in Italy is expected to reach $7.3 billion over the next four years, reaching 3.3% of the country's entire food consumption. Over 60% of organic products will be sold in supermarkets by 2004, a significant increase from the current total of 27%. Specialized organic shops will see a drop in sales, however, from 67% to 33%, while organic restaurants will see a slight increase from 6% to 7% by 2005.

- Given the large market for organic products it is not surprising that there is a great deal of resistance to GM products in Italy. Italian agri-food producers and consumers believe that genetically modified organisms (GMOs) compromise the quality of food products.

Opportunities

- The Italian market for pulse products is poised for growth in all areas in the coming years. Both processed pulse products, particularly canned products, and raw pulse products that can be processed in Italy's large and growing food-

processing industry offer potential to Canadian suppliers. Opportunities for organic pulse products are also available.

- Although private-label expansion in Italy got off to a sluggish start in the 1990s, sales are now comparable to other EU countries. The slow growth of private label has to do with Italian consumers' perceptions that private-label brands are low-quality products. Exporters must therefore stress the quality and taste of their products. Private-label products represent an excellent opportunity for retailers to generate increased profits and distinguish themselves from competitors. With its commitment to high quality and competitive pricing, the Canadian food industry is well-positioned to capture a large share of the private-label market.

- Italy's hotel, restaurant and institutional (HRI) sector is also expected to grow in the coming years and will require imports. The most popular ethnic food is Tex-Mex, in which pulse products are a central ingredient. As Italians move toward the trend of eating out, key staple ingredients, such as pulses, will be required by the HRI sector.

Key Players

- As one of the largest agricultural producers and food processors in the European Union, 85% of Italy's food requirements are satisfied by local production. Major agri-food products include fruits, vegetables, olives, sugar beets, soybeans, grain, fish and dairy products.

- The Italian food-processing industry is one of the most diverse in Europe. Pulses are used in several processed food products produced in Italy including Palmera's Insalaricche canned tuna salad line. Conserve Itlaia sells a line of vapour-cooked chick peas, peas and beans under the Eikos brand name. Other pulse-based products brands include Star and CIRIO.

- At the global level, Canada is the world's largest exporter of dry peas, lentils and chick peas. It also holds a significant share of the world's exports of dry beans. With an annual average of $26.76 million in imports throughout 1997-2001, Italy is the tenth-largest market for Canadian pulses.

- Canada is Italy's top supplier of dried leguminous vegetables. In 2001, total pulse imports from Canada totalled over $44.8 million. Other leading foreign competitors include China, the United Kingdom, Argentina, the United States and France.

- Canada has not yet made a large impact on the fresh or chilled leguminous vegetables market. With total sales of $8561 in 2001, Canada ranks 19th—far behind key suppliers including France ($11.3 million), Egypt ($6.7 million), Spain ($2.2 million) and Germany ($1.2 million).

- Canadian and other foreign pulse producers have recently been faced with a competitive threat from the United States. The new U.S. Farm Bill includes a Loan Deficiency Payment for pulses (chick peas, lentils and peas), which means U.S. farmers are guaranteed returns, regardless of the world market price for their pulse crops. Not only are these subsidies significantly higher than the average world price for these crops over the last ten years, but prices are likely to decline even further with the increased production in the United States following the implementation of the new bill. This bill will not only affect Canadian exporters but all producers/exporters of pulse products.

Customers

- Over 72% of Italy's population live in urban centres. There are approximately 22.2 million households in the country with an average of 2.6 persons per household.

- Approximately 20% of household expenditures in Italy is spent on food and beverages. Per-capita income varies according to region, with Northern Italy having the highest per-capita income ($34 841) and the largest population (25.8 million). Central Italy's 11.1 million people have a per-capita income of $30 543, while the southern region's 20.8 million people have the country's lowest average income, $18 934.

- Italian consumers are health conscious and are extremely discerning when it comes to food. Consumers demand genuine, natural and fresh products and are willing to spend more for better-quality food than their EU neighbours.

- Italy is behind its EU counterparts in demand for convenience foods. However, with the growing number of women in the work force, there is an increased emphasis on time-saving meals—although not to the extent that quality is sacrificed.

- Organic products are consumed by 23% of the Italian population on a regular bases. Generally speaking, women are more likely to buy organic products than men. Typical organic consumers are upper-middle-class professionals between the ages of 25 and 44 who live in the centre or northern part of the country. Consumers shop for organic goods more than once a week and plan in advance what they will purchase.

- The most recent trend in Italy is to break with culinary tradition and begin to experiment with non-traditional food. There are over 50 ethnic restaurants opening every month. Over 100 organic restaurants are in operation in Italy, with the majority located in the North.

- Northern Italy has 193 hypermarket outlets, the highest concentration in the country. Central Italy has 69 hypermarkets and the southern region has 42. Independently owned food shops flourish in the south of Italy, compared to large retail outlets. Independent grocers currently account for 25% of sales in the food market.

- Leading domestic food retailers include COOP Italia, COAND, La Rinascente and Gruppo COIN. Many European retailers also operate in the market, including Auchan, Carrefour, Marbert, Promodes and Sephora. Large supermarket chains not only offer a varied selection of food products but have recently begun to aggressively promote their own private-label brands. At present, most chains prefer to buy from locally based importers/distributors. However direct imports are expected to increase for large suppliers as quality-control requirements push them to become more involved in their supply chain. Most major supermarket chains and buying consortia are located near Milan.

- There are about 100 special foods outlets in Italy selling organic food. The vast majority, 67%, are in Northern Italy. The leading outlets include Natura Si and Bottega & Natura. Most supermarket chains stock some organic products. Coop Italia and Esselina are the largest chains selling organic products, and have developed their own organic private-label brands.

- The importation of organic products is undertaken exclusively by small to medium-sized packers and canners, usually relying on specialized brokers. Given the fragmentation, lack of transparency and poor payment enforcement mechanisms of the distribution system, it is highly recommended that Canadian exporters deal through local Italian brokers and take care in extending any special payment term.

- A list of major EU companies importing organic pulses is available from Saskatchewan Agriculture, Food and Rural Revitalization (SAFRR). It includes general company information and contact details as well as the products they import and the certification they accept.

- Canadian exporters that can assist in consolidating shipments from other Canadian sources or that have a wide range of products for export have the greatest possibility of success in the Italian market. Single-item exporters,

especially with products without a national Canadian market, have a more limited chance for success in the Italian market at this time.

Export Checklist

- As a member of the European Union, Italy does not have bilateral trade agreements with any developed nation. EU members share a common agricultural policy, a joint transportation policy, free movement of goods and capital within member states, and a common tariff on imported products coming from non-EU countries. While customs duty rates are the same for all 15 EU countries, the value-added tax (VAT) on products and services usually differ from country to country. The VAT, known in Italy as l'imposta sul valore aggiunto (IVA) is set at 4% for basic raw food items and 9% for processed food products.

- Italy adheres to the product standards and certification approval process approved by the European Community. Italy is required by the Treaty of Rome to incorporate approved EU directives into its national laws. The uniformity in application of standards may vary according to region, further complicating the certification process. Firms exporting to Italy are confronted with both national and EU product standards. In addition, these regulations occasionally change to meet new technology and more stringent demands.

- All exports must be accompanied by a standard set of shipping documents. This includes a commercial invoice, export declaration form, bill of lading (or air waybill in the case of air cargo shipments) and certificate of origin. Packing lists and a pro-forma invoice are not necessary but might help to facilitate clearance. Import licences are also required; they are issued by the Minister of Finance and are generally valid for six months. Although Italian documents are preferred, English language documents are permitted.

- The following label information is mandatory and must be printed in Italian on all packaging: product name, list of ingredients, net weight or net volume (in metric), directions for storage and use, expiration date (must be presented as day/month/year), country of origin, name and address of the importer, and selling price. Packaged food products must have a lot marking, which is determined by the producer, manufacturer, packager or the first seller. Nutritional labelling is not compulsory except when a nutrition claim is made in the labelling, presentation or advertising of the product or when it is required by another EU directive. Only nutritional claims relating to protein, energy value, fat, fibre, sodium, prescribed vitamins or carbohydrates are permitted. Further information on Italian labelling requirements can be found on the Agriculture and Agri-Food Canada Web site at http://ats.agr.ca/info/europe/e1429.htm.

- All food imports must adhere to EU sanitary and phytosanitary regulations and to certification requirements set out by Italian veterinarian and plant authorities. Under EU legislation, Italy must accept food imports from member states provided that the item meets with food laws in the exporting EU country. All imports from non-member countries, however, are subject to Italian food laws. Exporters are advised to request regulation information from their importers or from the Canadian Embassy in Italy.

- The European Union has detailed regulations on the production, labelling and inspection of organic products, and maintains a list of countries from which imports of organic products are permitted. Canada does not appear on this list. Until December 31, 2005, countries not on the list may still export organic products to the European Union, provided that the importer furnishes evidence that the imported products were produced in a manner equivalent to EU rules and inspected according to EU-equivalent measures. The case-by-case nature of this approval process creates uncertainty for Canadian exporters. After 2005, imports of organic products must originate in countries appearing on the EU list.

- In an effort to rebuild public confidence in EU food safety regimes, the European Commission has proposed regulations on labelling and traceability. These regulations will require GMOs to be documented on a transformation event basis. Under the new proposal, all food and animal products imported by EU countries must bear a label alerting consumers of the presence of GM ingredients. The new regulations also includes measures that impose the separation of GM from conventional crops.

- The European Union is also in the process of developing EU-wide maximum residue levels (MRLs) for most commonly used pesticides. The first series of MRLs was adopted in July 1993. For pesticides not included on that list, individual member state regulations will remain in effect until a harmonized MRL is established. Additional information can be obtained from European Union Online: http://europa.eu.int/comm/food/fs/ph_ps/pro/eva/existing/index_en.htm.

- Documents that need to be authenticated, such as certificates of sale and letters authorizing an exporter's local agent or importer to act on their behalf, must first be notarized in Canada. At no cost to the exporter, the notarized documents can be authenticated by sending them to the Authentication and Service of Documents (JLAC) of the Department of Foreign Affairs and International Trade.

- For statistical purposes, Canada requires exporters to complete an Export Declaration (Form B13A). It can be filled in and sent electronically to the Canada Customs and Revenue Agency (http://www.ccra-adrc.gc.ca/E/pbg/cf/b13abq). See **APPENDIX A** for the export codes required for B13A.

- The Canadian Special Crops Association (CSCA) establishes trade rules and serves as a forum for exporters, dealers, brokers and processors involved in trading Canada's special crops, including pulses, and can serve as a helpful contact for Canadian exporters dealing in the Italian market. More information about the CSCA and the services they provide can be obtained on their Web site at http://www.specialcrops.mb.ca.

- The Canadian Grain Commission (CGC) is responsible for the maintenance of quality for Canadian crops including dry peas, lentils, dry beans and chick peas. The maintenance of quality ensures a dependable and safe food commodity for domestic consumption and for exports, and promotes stability and competitiveness for producers, the industry and customers. For further information on grain company licensing, or to access the Official Grain Grading Guide, visit the CGC Web site at http://www.grainscanada.gc.ca.

KEY CONTACTS AND SUPPORT SERVICES

Canadian Government Contacts

Canadian Embassy in Italy
Via G.B. de Rossi 27
00161 Rome, Italy
Contact: Yvonne Zadra, Business Development Officer
Tel.: (39-06) 445981
Fax: (39-06) 445983754
E-mail: yvonne.zadra@dfait-maeci.gc.ca
Internet: http://www.canada.it

Consulate General of Canada in Milan
Via Vittor Pisani 19
Milan, Italy
Contact: Pier Paolo Chicco, Business Development Officer
Tel.: (39-02) 67581
Fax: (39-02) 6758-3900
E-mail: pierpaolo.chicco@dfait-maeci.gc.ca
Internet: http://www.canada.it

Agriculture and Agri-Food Canada
Sir John Carling Building
930 Carling Ave.
Ottawa, ON K1A 0C5
Contact: Sylvain Wilson, International Market Development Officer
Tel.: (613) 759-7726
Fax: (613) 759-7505
E-mail: wilsons@em.agr.ca
Internet: http://ats.agr.ca
(See also **Regional Trade Contacts**, below)

Canadian Commercial Corporation (CCC)
50 O'Connor St., Suite 1100
Ottawa, ON K1A 0S6
Tel.: 1-800-748-8191 or (613) 996-0034
Fax: (613) 995-2121
Internet: http://www.ccc.ca

Canadian Food Inspection Agency (CFIA)
59 Camelot Dr.
Nepean, ON K1A 0Y9
Tel.: (613) 225-2342
Fax: (613) 228-6653
E-mail: cfiamaster@em.agr.ca
Internet: http://www.cfia-acia.agr.ca

Department of Foreign Affairs and International Trade (DFAIT)
125 Sussex Dr.
Ottawa, ON K1A 0G2
Internet: http://www.dfait-maeci.gc.ca

Authentication and Service of Documents (JLAC)
Tel.: (613) 992-6602
Fax: (613) 992-2467

Market Support Division (TCM)
Tel.: (613) 995-1773
Fax: (613) 943-1103

Western Europe Division (REO)
Tel.: (613) 995-8269
Fax: (613) 995-5772

Export Development Canada (EDC)
151 O'Connor St.
Ottawa, ON K2P 2L8
Tel.: 1-800-850-9626 / (613) 237-2690

Fax: (613) 598-6697
E-mail: export@edc4.edc.ca
Internet: http://www.edc.ca

Saskatchewan Agriculture, Food and Rural Revitalization
3085 Albert St.
Regina, SK S4S 0B1
Tel.: (306) 787-5140
Internet: http://www.agr.gov.sk.ca/default.asp

Agriculture and Agri-Food Canada–Regional Trade Contacts

Charlottetown, P.E.I.
Rollin Andrew
Tel.: (902) 566-7315
E-mail: andrewr@em.agr.ca

Edmonton, Alta.
Lorrie McFadden
Tel.: (780) 495-2119
E-mail: mcfaddenl@em.agr.ca

Guelph, Ont.
Wayne Parlee
Tel.: (519) 837-5824
E-mail: parleew@em.agr.ca

Halifax, N.S.
Janet Steele
Tel.: (902) 426-7171
E-mail: steelej@em.agr.ca

Moncton, N.B.
Bernard Mallet
Tel.: (506) 452-3706
E-mail: malletb@em.agr.ca

Montreal, Que.
Sandra Gagné
Tel.: (514) 283-3815 ext. 523
E-mail: gagnes@em.agr.ca

New Westminster, B.C.
Margaret Bancroft
Tel.: (604) 666-3054
E-mail: bancroftm@em.agr.ca

Regina, Sask.
Jim Atcheson
Tel.: (306) 780-5545
E-mail: atchesonj@em.agr.ca

St. John's, Nfld.
Al McIsaac
Tel.: (709) 772-0330
E-mail: mcisaaca@em.agr.ca

Winnipeg, Man.
Fay Abizadeh
Tel.: (204) 983-8622
E-mail: abizadehf@em.agr.ca

Italian Government Contacts

Italian Trade Commissioner Service (Istituto del Commercio Estero [ICE])
Viale Liszt 21
00144 Roma, Italy
Tel.: (39-06) 065-9921
Fax: (39-06) 5964-7364
E-mail: ice@ice.it
Internet: http://www.ice.it (In Italian)

Ministry of Agriculture and Forestry (Ministero delle Politiche Agricole e Forestali [MIPAF])
Via XX Septembre 20
00187 Roma, Italy
Tel.: (39-06) 46651
Fax: (39-06) 474-2314 or 4665-2144
Internet: http://www.politicheagricole.it (In Italian)

Ministry of Finance (Ministero dell'Economia e delle Finanze)
Viale Europa 242
00144 Roma, Italy
Tel.: (39-06) 59971
Fax: (39-06) 591-0993
Internet: http://www.finanze.it (In Italian)

Ministry of Foreign Affairs (Ministero degli Affari Esteri)
Piazzale della Farnesina 1
00194 Roma, Italy
Tel.: (39-06) 36911
E-mail: cdr@esteri.it
Internet: http://www.esteri.it/eng/index.htm

Ministry of Foreign Trade (Ministero Attivita Produttive)
Viale Boston 25
00144 Roma, Italy
Tel.: (39-06) 59931
Fax: (39-06) 5964-7531 or 5993-2153
E-mail: info@mincomes.it
Internet: http://www.mincomes.it (In Italian)

Ministry of Health (Ministero della Sanità)
Via della Sierra Nevada 60
00144 Roma, Italy
Tel.: (39-06) 59941
Internet: http://www.sanita.it (In Italian)

National Institute for Agricultural Economics (Istituto Nazionale Economia Agraria [INEA])
Via Barberini 36
00187 Roma, Italy
Tel.: (39-06) 478-561
Fax: (39-06) 483-488
E-mail: inea@inea.it
Internet: http://www.inea.it (In Italian)

National Institute for Foreign Trade (Istituo Nazionale per il Commercio Estero)
Via Listz 21
00144 Roma, Italy
Tel.: (39-06) 59921
Fax: (39-06) 5992-6899

Milan Office
Corso Magenta 59
20123 Milano, Italy
Tel.: (39-02) 48-0441
Fax: (39-02) 480-05523
E-mail: ice@ice.it
Internet: http://www.ice.it (In Italian)

Canadian Industry Associations

Alberta Pulse Growers Commission
4301-50 St.
Leduc, AB T9E 7H3
Tel.: (780) 986-9398
Fax: (780) 980-2570
E-mail: abpulse@telusplanet.net
Internet: http://www.pulse.ab.ca

Canadian Food Exporters Association
885 Don Mills Rd., Suite 301
Toronto, ON M3C 1V9
Tel.: 1-888-227-8848 or (416)-445-3747
Fax: (416)-510-8044/3
E-mail: info@cfea.com
Internet: http://www.cfea.com

Canadian Grain Commission
600-303 Main St.
Winnipeg, MB R3C 3G8
Tel.: 1-800-853-6705 or (204) 983-2770
Fax: (204) 983-2751
E-mail: webadmin@grainscanada.gc.ca
Internet: http://www.cgc.ca

Canadian Special Crops Association
1215-220 Portage Ave.
Winnipeg, MB R3C 0A5
Tel.: (204) 925-3780/1
Fax: (204) 925-3785
E-mail: office@specialcrops.mb.ca
Internet: http://www.specialcrops.mb.ca

Manitoba Pulse Growers Association
38-4th Ave. NE
Carman, MB R0G 0J0
Tel.: (204) 745-6488
Fax: (204) 745-6213
E-mail: mpga@cici.mb.ca

Ontario Bean Producers Marketing Board
4206 Raney Cres.
London, ON N6L 1C3
Tel.: (519) 652-3566
Fax: (519) 652-9607
E-mail: whitebeans@ontariobeans.on.ca
Internet: http://www.ontariobeans.on.ca

Ontario Coloured Bean Growers Association
RR 5
Mitchell, ON N0K 1N0
Tel.: (519) 348-4141
Fax: (519) 348-8165
Internet: http://www.ocbga.com

Pulse Canada
1212-220 Portage Ave.
Winnipeg, MB R3C 0A5
Tel.: (204) 925-4455
Fax: (204) 925-4454
E-mail: president@pulsecanada.com
Internet: http://www.pulsecanada.com

Saskatchewan Pulse Growers
310-111 Research Dr.
Saskatoon, SK S7N 3R2
Tel.: (306) 668-5556
Fax: (306) 668-5557
E-mail: pulse@saskpulse.com
Internet: http://www.saskpulse.com

Italian Industry Contacts

Insitute for the Studies of the Agrifood Market (Istituto per Studi sul Mercato Agricolo [ISMEA])
Via C. Celso 6
00161 Roma, Italy
Tel.: (39-06) 8556-1295
Fax: (39-06) 8556-1233
Internet: http://www.ismea.it (In Italian)
Note: ISMEA is a research institute entirely targeted to gather news on agricultural products in Italy, including up-to-date wholesale and retail prices.

Italian Agricultural Confederation (Confagricoltura)
Corso Vittorio Emanuale 101
00186 Roma, Italy
Tel.: (39-06) 68521
Fax: (39-06) 687-9686
E-mail: info@confagricoltura.it
Internet: http://www.confagricoltura.it (In Italian)

Italian Association of Foreign Trade (Associazione Italiana Commercio Estero [AICE])
Corso Venezia 47/49
20121 Milano, Italy
Tel.: (39-02) 775-0320/1
Fax: (39-02) 775-0329
E-mail: info@aicebiz.com
Internet:
http://www.aicebiz.com/index.jsp?lingua=eng

Italian Association of Millers and Pasta Plants (Associazione Industriali Mugnai e Pastai d'Italia [ITALMOPA])
Via dei Crociferi 44
00187 Roma, Italy
Tel.: (39-06) 678-5409
Fax: (39-06) 678-3054
E-mail: italmopa@italmopa.it
Internet: http://www.italmopa.it (In Italian)

National Association of Importers and Exporters of Vegetables (Associazione Nazionale Esportatori Importatori Ortofrutticoli e Agrumari [ANEIOA])
Via Sabotino 49
00195 Roma, Italy
Tel.: (39-06) 3751-5147
Fax: (39-06) 372-3659
E-mail: aneioarm@tin.it
Internet:
http://web.tin.it/aneioa/homee.htm?30,15

National Cereal Industry Association (Asociación Nacional de la Industria del Cereal [ANACER])
Via Po 102
00198 Roma, Italy
Tel.: (39-06) 884-0296
Fax: (39-06) 884-0877

National Federation of Food Products (FEDERALIMENTARE)
Via dell'Astronomia 30
00144 Roma, Italy
Tel.: (39-06) 590-3231
Fax: (39-06) 590-3342
Internet: http://www.federalimentare.it/home.html (In Italian)

National Association of Vegetal and Food (Associazione Nazionale Industrie Conserve Alimentari Vegetali [ANICAV])
Viale della Costituzione Isola F/3
80143 Napoli, Italy
Tel.: (39-081) 734-7020
Fax: (39-081) 734-7126

Union of Pasta Makers (Unione Pastai Italiani [UNIPI])
Via Po 102
00198 Roma, Italy
Tel.: (39-06) 854-3291
Fax: (39-06) 841-5132

Italian Food-Buying Groups

Insieme CMS
Via Vittor Pisani 14
20124 Milan, Italy
Tel.: (39-02) 6698-7433
Fax: (39-02) 6698-7431

Interdis
Via Lomelina 10
20133 Milan, Italy
Tel.: (39-02) 752961
Fax: (39-02) 7529-6504

Intermedia
Via Vincenzo Monti
20016 Milan, Italy
Tel.: (39-02) 3391-1308
Fax: (39-02) 3391-1208

Selex
Via Cristoforo Colombo 51
20090 Trezzano sul Naviglio, Milan
Tel.: (39-02) 4840-2900
Fax: (39-02) 4840-2038

Sirio
Via Missiglia 97
20142 Milan, Italy
Tel.: (39-02) 8930-9263
Fax: (39-02) 8951-4752

International Industry Contacts

COCERAL
18 Square de Meeûs
1050 Brussels, Belgium
Tel. (32-2) 502-0808
Fax (32-2) 502-6030
E-mail: secretariat@coceral.com
Internet: http://www.coceral.com
Note: Officially recognized representation of the cereals, feedstuffs, oilseeds, olive oil, oils and fats and agri-supply trade in the European Union.

European Association for Grain Legume Research
12 Avenue George V
F-75008 Paris, France
Tel.: (33-1) 4069-4909
Fax: (33-1) 4723-5872
E-mail: a.schneider-aep@prolea.com
Internet: http://www.grainlegumes.com/aep

Grain and Feed Trade Association
Room 206, Tower 1
Beijing Bright China Chang An Building
No. 7, Jian Guo Men Nei Da Jie
Beijing 100005 China
Tel.: (86-10) 6518-2273
Fax: (86 10) 6518-2274
Internet: http://www.gafta.com

International Pulse Trade and Industry Confederation (CICILS)
Bureau 273
Bourse de Commerce
2 rue de Viarmes
75040 Paris Cedex 01 France
Tel.: (33-1) 4236-8435
Fax: (33-1) 4236-4493
E-mail: fnls@legume-sec.com
Internet: http://www.legume-sec.com (In French)

APPENDIX A Canadian Export Codes for Pulse Crops, 2001

Description of Goods	Export Code for B13A	Unit of Measure
Peas (Pisum sativum)		
Seeds of a kind used for sowing	0713.10.10	KGM
Split	0713.10.20	KGM
Green	0713.10.91	KGM
Yellow	0713.10.92	KGM
Other	0713.10.99	KGM
Chick peas (Garbonzos)		
Seeds of a kind used for sowing	0713.20.10	KGM
Kabuli varieties	0713.20.91	KGM
Other	0713.20.99	KGM
Beans of the species Vigna mungo (L.) Hepper or Vigna radiata (L.) Milczek		
Seeds of a kind used for sowing	0713.31.10	KGM
Other	0713.31.90	KGM
Small red (Adzuki) beans (Phaseolus vulgaris)		
Seeds of a kind used for sowing	0713.32.10	KGM
Other	0713.32.90	KGM
Kidney beans, including white pea beans (Phaseolus vulgaris)		
Seeds of a kind used for sowing	0713.33.11	KGM
Navy/white pea beans used for sowing	0713.33.19	KGM
Navy/white pea beans	0713.33.91	KGM
Dark red kidney beans	0713.33.92	KGM
Light red kidney beans	0713.33.93	KGM
Other	0713.33.99	KGM
Other Beans		
Seeds of a kind used for sowing	0713.39.10	KGM
Pinto	0713.39.91	KGM
Black	0713.39.92	KGM
Great Northern	0713.39.93	KGM
Other	0713.39.99	KGM
Lentils (Lens culinaris)		
Seeds of a kind used for sowing	0713.40.10	KGM
Green, including French green (dark speckled)	0713.40.91	KGM
Other	0713.40.99	KGM

Source: Canadian Special Crops. "2001 Canadian Export Codes for Pulse Crops," 2001. Downloaded from http://www.specialcrops.mb.ca/2001export.html on February 11, 2002.

BIBLIOGRAPHY

Print

Agra Europe. "Farm Minister Opposed to GM," May 24, 2002.

ANSA. "Experts Prepare White Paper on GM Products, Alemanno Says," June 4, 2002.

Dun and Bradstreet. *Exporter's Encyclopaedia*, 2002.

Euromonitor. "Italy: New Product Development: Product Launches–Canned Food by Sector," April 2000.

———. "Packaged Food in Italy," October 2001.

European Report. "Biotechnology–MEPs Vote for the World's Strictest GMO Legislation," July 6, 2002.

Frost and Sullivan. "European Protein Ingredients Market," September 2001.

Globe and Mail. "EU Votes for Tough GM Food Labels," July 3, 2002.

Star Ledger. "Lentils for Luck and More," December 26, 2001.

Electronic

Alberta Pulse Growers. "2002 U.S. Farm Bill: Pulse Canada Response," April, 2002. Downloaded from **http://www.pulse.ab.ca/newsletter/2002spring/pulsecda.html** on May 26, 2002.

Biotechnology, Agriculture, Society and Environment. "Processing, New Food Application and Development of Improved Bean Cultivators" 1999. Downloaded from **http://www.bib.fsagx.ac.be/base/pdf-abo/v3n4/ran-ful.pdf** on June 27, 2002.

Canada. Agriculture and Agri-food Canada. "Chick Peas: Situation and Outlook," February 9, 2001. Downloaded from **http://www.agr.gc.ca/policy/winn/biweekly/English/biweekly/volume14/v14n03e.htm** on May 28, 2002.

———. "Dried Peas: Situation and Outlook," September 28, 2001. Downloaded from **http://www.agr.gc.ca/policy/winn/biweekly/English/biweekly/volume14/v14n17e.htm** on May 28, 2002.

———. "Canadian Pulse and Special Crops Industry: Situation and Outlook," February 8, 2002. Downloaded from **http://www.agr.gc.ca/policy/winn/biweekly/English/biweekly/volume15/v15n03e.htm** on May 28, 2002.

———. "Exports to Italy," March 2002. Downloaded from **http://ats.agr.ca/stats/trade_data/Italy_x03.pdf** on June 18, 2002.

———. "Organic Food Market in Italy," March 2002. Downloaded from **http://www.infoexport.gc.ca/ie-en/DisplayDocument.jsp?did=7373** on June 18, 2002.

———. "Italy at a Glance," May 23, 2002. Downloaded from **http://ats.agr.ca/stats/factsheets/italy-e.htm** on June 18, 2002.

———. "Canada: Pulse and Special Crops Outlook," May 31, 2002. Downloaded from **http://www.agr.gc.ca/policy/winn/biweekly/English/scsd/2002/may2002sce.htm** on June 3, 2002.

———. "Bi-Weekly Bulletin: Fababeans–Situation and Outlook," June 7, 2002. Downloaded from **http://www.agr.gc.ca/policy/winn/biweekly/English/biweekly/volume15/v15n11eb.htm** on June 13, 2002.

———. "Bi-Weekly Bulletin: Lentils–Situation and Outlook," June 7, 2002. Downloaded from **http://www.agr.gc.ca/policy/winn/biweekly/English/biweekly/volume15/v15n11ea.htm** on June 13, 2002.

Canada. Department of Foreign Affairs and International Trade. "Canada-Italy Strategic Business Plan 2001-2002," November 2001. Downloaded from **http://www.infoexport.gc.ca/ie-en/DisplayDocument.jsp?did=988&gid=88** on June 18, 2002.

———. "Opening Doors to the World 2002," 2002. Downloaded from **http://www.dfait-maeci.gc.ca/tna-nac/cimap-e.asp** on June 18, 2002.

COCERAL. "Oilseeds and Pulse Crop Forecast 2002," April 2002. Downloaded from **http://www.coceral.com/forecast/oil-apr-02.pdf** on June 27, 2002.

Just Food. "Organic Food Sales Set to Quadruple by 2005 Despite Consumer Ignorance," September 17, 2001. Downloaded from **http://www.just-food.com/news_print.asp?art=41654** on June 20, 2002.

———. "Italy: Bio-Domenica Promotes Organics, While Debate Over Pesticide Contamination Continues," October 8, 2001. Downloaded from **http://www.just-food.com/news_detail.asp?art=43112** on June 20, 2002.

———. "Italy: Italian Consumers Still Not Convinced By GM," March 7, 2002. Downloaded from **http://www.just-food.com/news_print.asp?art=48270** on June 20, 2002.

Pulse Canada. "Healthier Food Trends," 2001. Downloaded from **http://www.pulsecanada.com/Documents/Newsletter/2001Spring/2001Spring.pdf** on June 27, 2002.

Saskatchewan Agriculture, Food and Rural Revitalization. "List of EU Importers of Organic Pulse Available," April 22, 2002. Downloaded from **http://www.agr.gov.sk.ca/docs/reports/f_f_report/ffr0217.asp** on June 20, 2002.

———. "Chickpeas in Saskatchewan," May 2002. Downloaded from **http://www.agr.gov.sk.ca/docs/crops/pulses/production_information/chickpea2002.asp** on June 20, 2002.

Statpub.com. "Italy Crop Production Summary," May 7, 2002. Downloaded from **http://www.statpub.com/stat/news/2002/5/12286.phtml** on July 25, 2002.

———. "FAO Sees 7% Jump in World Pulse Output," May 16, 2002. Downloaded from **http://www.statpub.com/stat/news/2002/5/12950.phtml** on July 24, 2002.

———. "Italy–Selected Specialty Crop Imports," June 24, 2002. Downloaded from **http://www.statpub.com/stat/exports/4759.html** on July 24, 2002.

Stockholm School of Economics. "Pulse, Per Capita Supply Per Year," 2000. Downloaded from **http://www.hhs.se/personal/suzuki/o-English/fo30.html** on July 2, 2002.

Trade Partners UK. "Food and Drink Market Italy," 2002. Downloaded from **http://www.tradepartners.gov.uk/food/italy/profile/overview.shtml** on June 20, 2002.

United States. Central Intelligence Agency. "Factsheet: Italy," January 24, 2002. Downloaded from **http://www.odci.gov/cia/publications/factbook/geos/it.html** on June 18, 2002.

United States. Department of Agriculture. "Can Do–Going Private Label Pays in Europe," September 2001. Downloaded from **http://www.fas.usda.gov/info/agexporter/2001/sept/page04-0.pdf** on June 20, 2002.

———. "Italy–Retail Food Sector Report 2001," November 30, 2001. Downloaded from **http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200112/135682833.pdf** on June 20, 2002.

———. "U.S. Exporters Keep Italy on the Bean," December 13, 2001. Downloaded from **http://www.fas.usda.gov/info/agexporter/1998/usbeans.html** on June 27, 2002.

———. "Italy–Grain and Feed Annual 2002," February 22, 2002. Downloaded from **http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200202/135683525.pdf** on June 20, 2002.

United States. Department of Commerce. "World Factsheet: Italy," 2002. Downloaded from **http://www.cia.gov/cia/publications/factbook/geos/it.html** on June 20, 2002.

Western Producer. "Peas Too Pricey for Feed Purposes," December 7, 2001. Downloaded from **http://www.producer.com/articles/20011206/market_quotas/20011206mkt03.html** on June 4, 2002.

———. "United States Closer to Subsidizing Pulse Production," February 22, 2002. Downloaded from **http://www.producer.com/articles/20020221/market_quotas/20020221mkt02.html** on May 30, 2002.

———. "Taking a Pulse on Special Crops," March 15, 2002. Downloaded from **http://www.producer.com/articles/20020314/market_quotas/20020314mkt01.html** on May 30, 2002.

———. "Pulse growers Get Reprieve from U.S. Crop," June 7, 2002. Downloaded from **http://www.producer.com/articles/20020606/market_quotas/20020606mkt03.html** on June 14, 2002.

OTHER REFERENCE MATERIAL

Useful Internet Sites

Agriculture and Agri-Food Canada–Market Analysis Division:
http://www.agr.gc.ca/policy/winn/biweekly

Agriculture and Agri-Food Canada–Special Crops: **http://www.agr.ca/misb/spcrops**

Agri-Food Trade Services: **http://ats.agr.ca**

Alberta Agriculture Food and Rural Development. Special Crops Newsletter:
http://www.agric.gov.ab.ca/index.html

CanadaEuropa: **http://www.canadaeuropa.gc.ca**

Department of Foreign Affairs and International Trade: **http://www.dfait-maeci.gc.ca**

ExportSource: **http://exportsource.gc.ca**

European Union Online: **http://europa.eu.int**

Foodlink.com: **http://www.food-link.com/web/food_link_en/acquisti/vetrine/vetrina/sellers_list.asp**

Industry Canada (Strategis): **http://strategis.ic.gc.ca**

InfoExport: **http://www.infoexport.gc.ca**

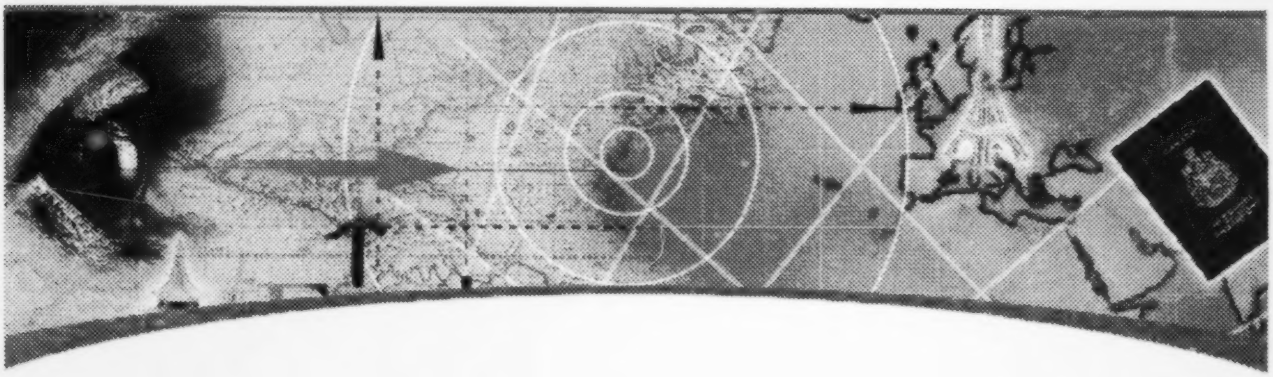
Italy Businessnet.com: **http://italybusinessnet.com**

U.S. Department of Agriculture: **http://www.usda.gov**

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
Service des délégués commerciaux

Department of Foreign Affairs and International Trade
Trade Commissioner Service

Canada



Le marché des légumineuses à grains en Italie

janvier 2003

CENTRE DES ÉTUDES DE MARCHÉ

Les aperçus de marché sont disponibles en direct à :

www.infoexport.gc.ca

CENTRE DES ÉTUDES DE MARCHÉ

Aperçu du marché

Le marché des légumineuses à grains en Italie

janvier 2003

© Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
CEM/MRC n° 0800005

Rapport préparé par le Centre des études de marché
Direction de l'appui aux marchés (TCM)
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Télécopieur : (613) 943-1103
Courrier électronique : mrc@dfait-maeci.gc.ca

Le Centre des études de marché produit à l'intention des exportateurs canadiens un grand nombre de rapports par région et par secteur. Ces rapports sont disponibles sur :

— le site Internet InfoExport du MAECI (http://www.infoexport.gc.ca).

Le gouvernement du Canada a préparé le présent rapport en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Il ne saurait garantir l'exactitude des renseignements que renferme ce document et n'accorde pas forcément sa caution aux entités dont le nom y figure. Il appartient aux lecteurs de vérifier l'exactitude et la fiabilité des données fournies.

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international | Department of Foreign Affairs and International Trade

Canada

Le marché en bref

Points saillants

- L'Italie est un marché de consommation intéressant pour les produits et services étrangers dans presque tous les secteurs. Son produit intérieur brut (PIB) est de 1,2 billion de dollars[1] et sa population dépasse les 57 millions d'habitants.
- L'Italie est un marché important et homogène pour les légumes secs canadiens. En effet, les lentilles et les pois secs se trouvaient parmi les principales exportations canadiennes vers l'Italie en 2001.
- La production locale de haricots, pois, pois chiches et lentilles est inférieure à la demande. L'Italie demeurera par conséquent un marché dynamique pour ses légumes secs dans l'avenir.

Débouchés

- Le marché italien offre des débouchés prometteurs pour les exportateurs canadiens, le Canada étant l'un des principaux fournisseurs de légumes secs d'Italie. Il y a des débouchés pour les produits secs transformés, en particulier en conserve, ainsi que les produits frais et séchés qu'utilisent l'industrie alimentaire nationale et le secteur local de la restauration. Il existe en particulier de nombreux débouchés pour les produits biologiques et les légumes secs non génétiquement modifiés.
- Le marché croissant des marques de distributeur offre aussi des débouchés aux exportateurs canadiens de légumes secs.

[1] Sauf indication contraire, tous les montants sont exprimés en dollars canadiens.. Le taux de change est tiré de la base de données *Tradeline* d'IDD Information Services, juillet 2002.

Principaux acteurs

- Le Canada est le premier fournisseur de légumineuses alimentaires sèches de l'Italie. En effet, ses importations de légumes secs du Canada se sont chiffrées à plus de 44,8 millions $ en 2001. Les principaux concurrents du Canada sont notamment la Chine, la France, l'Argentine, les États-Unis et le Royaume-Uni.

Clientèle

- Les Italiens sont très fiers de leur régime alimentaire; c'est pourquoi ils ont été plus lents que la plupart des pays européens à adopter les produits alimentaires de type nord-américain. Cependant la situation évolue rapidement, en particulier depuis que les grandes chaînes d'alimentation multinationales et les franchises de restauration rapide s'y sont implantées.

Précisions utiles pour l'exportateur

- Une taxe sur la valeur ajoutée de 5 % est perçue sur les produits non transformés et de 9 % sur les produits transformés.
- Toutes les exportations doivent être accompagnées de la série habituelle de titres de transport. L'étiquette doit contenir une information obligatoire en italien.
- L'Association canadienne des cultures spéciales (ACCS)[2] peut s'avérer un contact utile pour les exportateurs canadiens qui font des affaires en Italie.

[2] Pour les coordonnées des contacts dans les organisations clés mentionnées dans ce rapport, voir **Principaux contacts et services de soutien**.

Vue d'ensemble du marché

- Sixième économie mondiale, l'Italie représente pour les entreprises canadiennes un marché dont le potentiel est considérable. Son PIB se chiffre à 1,2 billion $ et sa population dépasse les 57 millions d'habitants. En outre, parce qu'elle fait partie de l'Union européenne, les produits pouvant être vendus en Italie peuvent ensuite être expédiés librement vers d'autres États membres de l'UE, ce qui représente une excellente occasion pour les entreprises canadiennes désireuses de se lancer sur d'autres marchés lucratifs situés à proximité de l'Italie.

- L'agriculture compte actuellement pour 2,7 % du PIB global. Depuis quelques décennies, l'Italie s'est transformée, passant d'une économie tributaire de l'agriculture à une économie industrielle, à peu près de la taille de celles du Royaume-Uni et de la France. L'économie italienne se compose encore de deux régions distinctes : le Nord, industriel et développé, dominé par l'entreprise privée, et le Sud, agricole et moins avancé. En dépit des sommes considérables consacrées par l'Union européenne et l'Italie au développement du Sud, cette région ne compte que le tiers des richesses de son voisin du Nord et son taux de chômage se situe aux environs de 22 %.

- L'Italie comble la plupart de ses besoins agroalimentaires au sein de l'Union européenne, sauf lorsque l'écart entre les coûts est suffisant pour justifier l'importation de produits frappés des droits de douane élevés de l'Union européenne. C'est pourquoi jusqu'à maintenant, les principales importations de produits agroalimentaires d'Amérique du Nord ont été en grande partie limitées à des produits tels que les blés de qualité supérieure utilisés dans les mélanges, les graines oléagineuses, les légumes secs, la viande chevaline, le poisson et les semences.

- Les Italiens consomment par habitant environ 6 kilogrammes de légumes secs par année. Avec une part de marché de 30,7 %, les légumes secs viennent au deuxième rang, derrière les tomates, les denrées les plus vendues dans le secteur légumier.

- Le Canada a exporté en Italie pour 188,8 millions $ de produits agroalimentaires en 2001. Deux des principales exportations canadiennes étaient les légumes secs : lentilles (5,8 % des exportations totales) et pois secs (3,5 %).

- Bien que les légumes secs soient cultivés localement, la production locale ne permet pas de combler l'importante demande qui ne cesse de croître. L'Italie demeurera par conséquent, un marché porteur pour les légumes secs au cours des années à venir.

Haricots

- La consommation de haricots en Italie est d'environ trois kilos par personne par année. On s'en sert dans divers plats régionaux, antipasti, minestrones et risottos entre autres. Ils sont également utilisés dans la confection de produits à tartiner et servis comme plat d'accompagnement.

- Les haricots secs et les haricots transformés sont vendus partout en Italie. Les premiers sont habituellement vendus en sacs de cellophane de 500 grammes, tandis que les seconds, bien qu'habituellement mis en conserve ou en bouteille, se trouvent également dans des préparations alimentaires comme les repas minute. Ce sont les haricots en conserve qui sont le plus vendus, en particulier dans le Nord de l'Italie, les haricots en bocaux de verre ne comptant que pour 8 % des ventes totales.

- Les haricots Borlotti, semblables aux haricots « cranberry », sont populaires dans le Nord de l'Italie tandis que dans le Sud, on préfère les haricots blancs. Les deux variétés sont populaires en Toscane, au centre du pays, reconnue comme étant la région où l'on consomme le plus de haricots en Italie. Les féveroles, que l'on désigne également sous le nom de fèves à graines moyennes ou fèves à grosses graines, sont très demandées. En fait, l'Italie se classe au deuxième rang mondial pour l'importation des féveroles. Parmi les autres importations notables de haricots, mentionnons les haricots Pinto, les haricots noirs, les haricots grains de riz et les haricots réniformes rouges (clairs et foncés).

- La production locale de haricots devrait atteindre 64 000 tonnes en 2002, une augmentation de 11,6 % par rapport à 2001, tandis que les importations devraient totaliser 96 000 tonnes, dont environ 86 000 seront destinées à la consommation intérieure. Le reste sera mis sous emballage et revendu à d'autres pays de l'Union européenne.

- Avec des exportations de 46,5 millions en 2001, la Chine est le principal fournisseur de haricots de l'Italie. Le Canada a enlevé une part considérable du marché des haricots réniformes rouges (5,2 millions $) et des haricots secs (5 millions $). Cependant, les exportations canadiennes de haricots grains de riz (19 238 $) et d'ambériques (10 988 $) n'ont pas été aussi lucratives. Les autres grands fournisseurs étrangers sont l'Argentine (36,1 millions $) et le Royaume-Uni (21,4 millions $).

- Par rapport à 2001, le prix moyen des haricots, toutes catégories confondues, devrait diminuer de 15 à 20 % en raison de l'augmentation de l'offre.

Pois chiches

- L'Italie est au nombre des principaux importateurs mondiaux de pois chiches et le deuxième importateur européen, après l'Espagne.

- Les pois chiches sont utilisés presque exclusivement en Italie pour la consommation humaine, dans les soupes, les préparations culinaires à base de pâtes ainsi que les condiments et les plats d'accompagnement. Ceux de type kabouli, la variété la plus recherchée en Italie, sont reconnus comme étant une excellente source de protéines, de fibres, de glucides complexes, de vitamines et de minéraux. Il s'est vendu en Italie environ 4 840 tonnes de pois chiches en conserve en 2000.

- Avec des exportations de 14,1 millions $ en 2001, le Mexique est le premier fournisseur de pois chiches de l'Italie. En troisième place, le Canada suit la Turquie (3,7 millions $), avec des exportations totalisant 3,1 millions $ l'an dernier.

- L'offre mondiale totale devrait demeurer stable et se situer aux environs de 8 millions de tonnes en 2002-2003. On prévoit que les exportations canadiennes progresseront au fur et à mesure de l'augmentation de la part du Canada. Le prix moyen, tous genres, calibres et catégories, devrait rester le même qu'en 2001-2002.

Pois

- En Italie, on utilise les pois comme ingrédient dans des soupes de tout genre ainsi que dans des préparations culinaires à base de pâtes et de riz.

- En raison des récoltes européennes moins abondantes, les expéditions canadiennes de pois de semence canadiens en Europe ont considérablement augmenté ces dernières années. Avec des ventes de 12,3 millions $, le Canada a été le principal fournisseur de pois chiches de l'Italie en 2001. Parmi les concurrents étrangers cette année-là : l'Ukraine, la France, l'Autriche, le Royaume-Uni et les États-Unis.

- Les protéines de légumes secs sont de plus en plus recherchées par les fabricants de produits alimentaires à cause de la réaction défavorable des consommateurs face à la protéine de soja transgénique. Le marché européen total des légumes secs protéiniques s'est établi à 171 millions $, ou 52 000 tonnes, en 2000. On s'attend à ce que la demande de protéines de légumes secs dans l'industrie des aliments du bétail diminue au cours des prochaines années, d'autres produits moins chers et plus efficaces comme le gluten pouvant être utilisés. La demande dans les secteurs de la transformation

des aliments compensera cependant cette différence. Le taux de croissance annuel entre 2001 et 2007 devrait se situer à 10,8 %. Les principaux fournisseurs de protéines de légumes secs sur le marché sont : Parrhein Foods du Canada, plus gros fournisseur en Europe, Avebe Glucona (Pays-Bas), Quest International (Pays-Bas), Cargill (États-Unis) et Kerry Ingredients (Irlande).

- En 2002-2003, le prix des pois secs devrait subir la pression des prix du tourteau protéinique et des céréales fourragères, du fléchissement de la demande du marché de l'alimentation et d'un accroissement de l'offre canadienne. Le prix moyen, tous types, catégories et marchés confondus, devrait augmenter de 10 à 15 % par rapport à 2001-2002.

- La production locale de pois fourragers en 2002 devrait se chiffrer à 8 000 tonnes.

Lentilles

- Il se consomme en Italie plus de trois kilos de lentilles par personne par année. Celles-ci sont utilisées dans diverses préparations culinaires, comme les soupes, les ragoûts, les salades et les casseroles à l'américaine. Les consommateurs italiens ont acheté plus de 3 500 tonnes de lentilles en conserve en 2000.

- Le Canada est le premier fournisseur de lentilles du marché italien. Les exportations se sont chiffrées à 10,8 millions $ en 2001, en légère hausse par rapport à 2000, année où elles ont totalisé 10,6 millions $. Les principaux fournisseurs en 2001 ont été les États-Unis, la Turquie, l'Australie et le Portugal.

Tableau 1. Exportations canadiennes de lentilles en Italie, 1996-2000

Année	Total (en tonnes)
1996	24 000
1997	24 000
1998	26 000
1999	24 000
2000	28 000

Source : Agriculture et Agroalimentaire Canada. « Le bulletin bi-mensuel : Lentilles », 7 juin 2002. Téléchargé le 13 juin 2002 de l'adresse http://www.agr.gc.ca/policy/winn/biweeklyf/Francais/biweeklyf/volume 15f/v15n11fa.htm.

- La consommation intérieure de lentilles en Italie devrait demeurer à 28 billions de tonnes en 2003, dont 27 importées.

- Bien que l'Italie soit un grand importateur européen de lentilles vertes de gros et de moyen calibre, elle est aussi un principal importateur de petites lentilles vertes.

- Le prix moyen, tous genres confondus, devrait augmenter d'environ 5 % en 2002-2003 à cause d'une réduction potentielle de l'offre mondiale.

Produits biologiques

- C'est l'Italie qui, en Europe, affiche le plus bas taux de pesticides. Environ 80 % des fruits, légumes et céréales qui y sont cultivés ne contiennent aucune trace de pesticide d'aucune sorte.

- L'Italie est le plus important producteur d'aliments biologiques d'Europe. Bien que 30 % des aliments biologiques cultivés sur ce continent soient produits en Italie, les produits biologiques ne représentent que 2 à 3 % de la production agricole totale du pays. Depuis dix ans, le marché des produits biologiques en Italie s'est développé plus rapidement que tout autre secteur agroalimentaire. Cette tendance est favorisée par le fait que les consommateurs se soucient de plus en plus de la qualité des aliments et de leur salubrité.

- En Italie, environ un million d'hectares est consacré à la culture biologique. La plupart de la production est concentrée dans le Sud, en particulier en Sicile et en Sardaigne, qui, ensemble, comptent pour 50 % de la production biologique totale du pays. La plupart des producteurs nationaux sont de petites entreprises qui ont un étal dans les marchés locaux et vendent leurs produits directement aux consommateurs. Les grosses exploitations sont peu nombreuses. Bien que la production soit concentrée dans le Sud, plus de 80 % des produits sont consommés dans le Nord.

- Les ventes d'aliments biologiques en Italie devraient atteindre 7,3 milliards $ au cours des quatre prochaines années, représentant ainsi 3,3 % de la consommation alimentaire totale du pays. Plus de 60 % des produits biologiques seront vendus dans des supermarchés d'ici à 2004, une augmentation considérable par rapport au total actuel de 27 %. Les commerces spécialisés verront leurs ventes chuter, de 67 à 33 %, tandis que les restaurants qui utilisent des produits biologiques constateront une légère augmentation de leur chiffre d'affaires, de 6 à 7 %, d'ici à 2005.

- Étant donné l'importance du marché des produits biologiques, il n'est pas surprenant de constater une grande résistance à l'égard des produits

transgéniques en Italie. Les producteurs agroalimentaires et les consommateurs italiens croient que les organismes génétiquement modifiés (OGM) compromettent la qualité des aliments.

Débouchés

- Le marché italien des légumes secs est sur le point de prendre son essor à tous égards au cours des prochaines années. Tant les légumes secs transformés, en particulier ceux en conserve, que les légumes secs non transformés pouvant être traités par l'importante et croissante industrie italienne de la transformation des aliments offrent des débouchés aux fournisseurs canadiens. Il existe également des débouchés pour les légumes secs biologiques.

- Malgré un départ plutôt léthargique dans les années 90, les ventes des marques de distributeur en Italie se comparent maintenant favorablement à celles d'autres pays de l'Union européenne. Cette lente progression des marques de distributeur tient au fait que le consommateur italien a l'impression que les produits vendus sous ces marques sont de qualité inférieure. Les exportateurs doivent par conséquent insister sur la qualité et la saveur de leurs produits. Les produits commercialisés sous les marques de distributeur représentent une excellente occasion pour les détaillants d'accroître leurs bénéfices et de se démarquer par rapport à la concurrence. S'étant engagée à fournir des produits de qualité supérieure et à pratiquer des prix concurrentiels, l'industrie alimentaire canadienne est bien placée pour s'emparer d'une part importante du marché des marques de distributeur.

- Le secteur italien des hôtels, des restaurants et des institutions devrait aussi se développer au cours des prochaines années et aura besoin de produits importés. Les mets ethniques les plus en vogue sont le Tex-Mex, dont les légumes secs constituent un ingrédient important. Au fur et à mesure que les Italiens suivront la tendance et fréquenteront davantage les restaurants, ce secteur devra se procurer les principaux ingrédients de base, dont les légumes secs.

Principaux acteurs

- La production locale comble 85 % des besoins alimentaires de l'Italie, un des plus importants producteurs agricoles et transformateurs de produits alimentaires de l'Union européenne. Les principaux produits agroalimentaires sont les fruits, les légumes, les olives, les betteraves à sucre, le soja, les céréales, le poisson et les produits laitiers.

- L'industrie de la transformation alimentaire italienne est l'une des plus diversifiée d'Europe. Les légumes secs sont utilisés dans plusieurs produits alimentaires transformés en Italie, y compris la gamme des salades de thon en conserve Insalaricche de Palmera. Conserve Italia vend une gamme de pois chiches, pois et haricots cuits à la vapeur sous la marque Eikos. D'autres marques de produits à base de légumes secs sont Star et CIRIO.

- Le Canada est le premier exportateur mondial de pois secs, de lentilles et de pois chiches. Il détient également une part considérable des exportations mondiales de haricots secs. Avec une moyenne annuelle de 26,76 millions $ d'importations de 1997 à 2001, l'Italie est le troisième marché en importance pour les légumes secs canadiens.

- Le Canada est le premier fournisseur de légumineuses sèches de l'Italie. En 2001, les importations totales de légumes secs du Canada se sont chiffrées à plus de 44,8 millions $. D'autres grands concurrents étrangers sont la Chine, le Royaume-Uni, l'Argentine, les États-Unis et la France.

- Le Canada ne détient pas encore une part importante du marché des légumineuses fraîches ou frigorifiées. Avec des ventes totales de 8 561 $ en 2001, le Canada se classe au 19e rang, loin derrière les principaux fournisseurs, c'est-à-dire la France (11,3 millions $), l'Égypte (6,7 millions $), l'Espagne (2,2 millions $) et l'Allemagne (1,2 million $).

- Les producteurs canadiens et autres producteurs étrangers de légumes secs ont récemment dû faire face à la menace de la concurrence américaine. Le nouveau *U.S. Farm Bill* comprend pour les légumes secs (pois chiches, lentilles et pois) une disposition, la *Loan Deficiency Payment*, qui garantit un revenu aux agriculteurs américains peu importe le prix des légumineuses sur le marché mondial. Ces subventions sont beaucoup plus élevées que le prix mondial moyen des dix dernières années pour ces produits végétaux. En outre, les prix reculeront probablement encore davantage en raison d'une augmentation de la production américaine par suite de l'adoption de cette nouvelle loi, qui nuira non seulement aux exportateurs canadiens, mais aussi à tous les producteurs et exportateurs de légumes secs.

Clientèle

- Plus de 72 % de la population italienne vit dans des agglomérations urbaines. Il y a environ 22,2 millions de ménages dans le pays, chacun comptant, en moyenne, 2,6 personnes.

- Environ 20 % des dépenses des ménages italiens sont consacrés à la nourriture et aux boissons. Le revenu par habitant varie selon la région. C'est le Nord qui affiche le revenu par tête le plus élevé (34 841 $) et la plus forte population (25,8 millions d'habitants). Le revenu par tête est de 30 543 $ dans le Centre de l'Italie (11,1 millions d'habitants), tandis que dans le Sud (20,8 millions d'habitants), il est de 18 934 $, le plus bas du pays.

- Le consommateur italien se soucie de sa santé et ses choix alimentaires sont très éclairés. Il exige des produits authentiques, naturels et frais et est prêt à payer plus cher pour des aliments de meilleure qualité que ses voisins de l'Union européenne.

- En Italie, la demande de plats cuisinés est inférieure à celle des autres pays de l'Union européenne. Cependant, avec le nombre croissant de femmes sur le marché du travail, on accorde une plus large place aux repas qui permettent de gagner du temps, sans aller jusqu'à sacrifier la qualité.

- Vingt-trois pour cent de la population italienne consomme régulièrement des produits biologiques. En général, il y a plus de chances que les femmes achètent des produits biologiques que les hommes. Le consommateur typique de produits biologiques est membre d'une profession intellectuelle de classe aisée, a entre 25 et 44 ans et vit dans le Centre ou le Nord du pays. Les consommateurs font leurs emplettes de produits biologiques plus d'une fois par semaine et savent d'avance ce qu'ils achèteront.

- La dernière tendance en Italie consiste à rompre avec la tradition culinaire et à commencer à essayer des aliments non traditionnels. Une cinquantaine de restaurants ethniques ouvrent leurs portes tous les mois. Il y a en Italie une centaine de restaurants bio, dans le Nord pour la plupart.

- On compte en Italie 193 hypermarchés dans le Nord, soit la plus forte concentration du pays, 69 dans le Centre et 42 dans le Sud. Les marchés d'alimentation indépendants prospèrent dans le Sud de l'Italie, comparativement aux grands points de vente au détail. Les épiceries indépendantes comptent actuellement pour 25 % des ventes sur le marché de l'alimentation.

- Les principaux détaillants sont COOP Italia, La COAND, La Rinascente et Gruppo COIN. De nombreux détaillants européens sont aussi présents sur le marché, dont Auchan, Carrefour, Marbert, Promodes et Sephora. Les grandes chaînes de supermarchés offrent non seulement des produits alimentaires très variés mais ont récemment commencé à faire une publicité énergique pour leurs propres marques de distributeur. À l'heure actuelle, la plupart des chaînes préfèrent s'approvisionner chez des importateurs et des distributeurs locaux. Cependant, on s'attend à ce que les importations directes augmenteront pour les

grands fournisseurs, les exigences sur le plan du contrôle de la qualité les incitant à s'impliquer davantage dans leurs chaînes d'approvisionnement. La plupart des grandes chaînes de supermarchés et de consortiums d'achat sont situés près de Milan.

- Il y a, en Italie, une centaine de commerces d'alimentation spécialisée qui vendent des produits biologiques et dont une forte majorité (67 %), se trouve dans le Nord. Les principaux commerces spécialisés sont Natura Si et Bottega & Natura. La plupart des chaînes de supermarchés vendent quelques produits biologiques. Coop Italia et Esselina, les principales chaînes qui vendent des produits biologiques, ont maintenant leurs propres marques de distributeur pour ce genre de produit.

- Les produits biologiques sont importés exclusivement par de petites et moyennes entreprises d'emballage et de fabrication de conserves alimentaires, qui font habituellement appel à des courtiers spécialisés. Étant donné la fragmentation, le manque de transparence et l'inefficacité des moyens dont dispose le système de distribution pour garantir que les fournisseurs seront payés, il est fortement recommandé que les exportateurs fassent appel à des courtiers italiens et soient prudents lorsqu'ils accordent des modalités de paiement spéciales.

- Les intéressés peuvent se procurer auprès du ministère de l'Agriculture de la Saskatchewan (*Saskatchewan Agriculture, Food and Rural Revitalization - SAFRR*), la liste des principales entreprises de l'Union européenne qui importent des légumes secs. Cette liste comprend aussi des renseignements généraux sur les entreprises, leurs coordonnées, les produits qu'elles importent et les homologations qu'elles acceptent.

- Les exportateurs canadiens qui peuvent aider à grouper les expéditions en provenance d'autres sources canadiennes ou qui offrent une vaste gamme de produits à l'exportation ont de meilleures chances de réussir sur le marché italien. Par contre, à l'heure actuelle, le marché italien offre des perspectives limitées aux exportateurs de produits unitaires, surtout de produits n'ayant pas de marché national canadien.

Précisions utiles pour l'exportateur

- En tant que membre de l'Union européenne, l'Italie n'a d'accords commerciaux bilatéraux avec aucun pays développé. Les membres de l'Union européenne ont une politique agricole commune, une politique des transports commune, un tarif douanier commun pour les produits importés de l'extérieur de l'Union européenne et les marchandises et les capitaux circulent librement entre eux.

Tandis que les droits de douane sont les mêmes pour les 15 membres de l'Union européenne, la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) sur les produits et services varie habituellement d'un pays à l'autre. La TVA, connue en Italie sous le nom d'*imposta sul valore aggiunto* (IVA), est de 4 % pour les aliments de base non transformés et de 9 % pour les produits alimentaires transformés.

- L'Italie adhère aux normes de produits et à la procédure d'approbation et d'homologation approuvées par la Communauté européenne. L'Italie est tenue par le Traité de Rome d'incorporer les directives approuvées par l'Union européenne dans ses lois nationales. L'uniformité de l'application des normes peut varier d'une région à l'autre, ce qui complique la procédure d'homologation. Les entreprises qui exportent en Italie doivent composer à la fois avec des normes nationales et les normes de produits de l'Union européenne. En outre, la réglementation est modifiée à l'occasion pour répondre aux exigences des nouvelles technologies et à des exigences plus rigoureuses.

- Toutes les exportations doivent être accompagnées de la série habituelle de titres de transport, y compris une facture commerciale, la déclaration d'exportation, la lettre de transport et le certificat d'origine. Bien qu'ils ne soient pas nécessaires, le bordereau de marchandises et la facture pro forma pourraient faciliter le dédouanement. Une licence d'importation est également exigée; celle-ci est délivrée par le ministère des Finances et a une durée de validité de six mois habituellement. Il est préférable que ces documents soient en italien; cependant les autorités italiennes acceptent les documents en anglais.

- Les renseignements suivants doivent obligatoirement figurer sur l'étiquette et être imprimés en italien sur tous les emballages : nom du produit, liste des ingrédients, poids net ou volume net (métrique), mode d'emploi et de conservation, date limite de consommation (dans le format jour/mois/an), pays d'origine, nom et adresse de l'importateur et prix de vente. Il doit y avoir sur les produits alimentaires conditionnés une indication de lot déterminée par le producteur, le fabricant, l'emballeur ou le premier vendeur. L'étiquetage nutritionnel n'est pas obligatoire sauf lorsque l'étiquetage, la présentation ou la publicité du produit contient une allégation nutritionnelle ou lorsque cet étiquetage est exigé en vertu d'une autre directive de l'Union européenne. Seules les allégations nutritionnelles relatives aux protéines, à la valeur énergétique, au gras, à la fibre, au sodium, aux vitamines sur prescription ou aux glucides sont autorisées. On trouvera d'autres renseignements sur les exigences italiennes en matière d'étiquetage sur le site Web d'Agriculture et Agroalimentaire Canada à l'adresse suivante : http://ats.agr.ca/info/europe/f1429.htm.

- Toutes les importations alimentaires doivent respecter la réglementation sanitaire et phytosanitaire de l'Union européenne et se conformer aux exigences en matière d'homologation établies par les autorités vétérinaires et phytosanitaires italiennes. Selon la législation de l'Union européenne, l'Italie doit accepter les importations alimentaires des États membres à la condition que le produit soit conforme à la législation en matière d'alimentation du pays exportateur membre de l'Union européenne. Toutes les importations en provenance de pays non membres, cependant, doivent se conformer à la législation italienne sur les aliments. Il est conseillé aux exportateurs de se renseigner sur la réglementation auprès de leurs importateurs ou auprès de l'ambassade du Canada en Italie.

- L'Union européenne possède une réglementation détaillée sur la production, l'étiquetage et l'inspection des produits biologiques et possède une liste de pays d'où l'on peut importer des produits biologiques. Jusqu'au 31 décembre 2005, les pays ne figurant pas sur la liste, comme le Canada, peuvent néanmoins exporter des produits biologiques en Union européenne à la condition que l'importateur fournisse la preuve que les produits importés ont été cultivés d'une façon équivalente à celle prescrite par la réglementation de l'Union européenne et qu'ils ont été inspectés selon des mesures équivalentes à celles de l'Union européenne. Ce processus d'approbation au cas par cas plonge les exportateurs canadiens dans l'incertitude. Après 2005, les importations de produits biologiques devront provenir de pays figurant sur la liste de l'Union européenne.

- En vue de faire renaître la confiance du public dans les régimes de salubrité des aliments de l'Union européenne, la Commission européenne a proposé une réglementation sur l'étiquetage et la traçabilité. Selon cette réglementation, les OGM devront faire l'objet d'une documentation sur la base des événements de transformation. Selon la nouvelle proposition, tous les produits alimentaires et les produits d'origine animale importés par les pays de l'Union européenne doivent avoir une étiquette signalant la présence d'ingrédients génétiquement modifiés. La nouvelle réglementation comprend aussi des mesures imposant la séparation des cultures transgéniques des cultures traditionnelles.

- L'Union européenne élabore en ce moment une limite maximale des résidus (LMR) qui s'appliquera à l'échelle de l'Union européenne, pour la plupart des pesticides courants. La première série de LMR a été adoptée en juillet 1993. Dans le cas des pesticides ne figurant pas sur cette liste, la réglementation individuelle des États membres demeurera en effet jusqu'à ce qu'une LMR harmonisée soit en place. On peut se procurer des renseignements supplémentaires auprès de l'Union européenne à l'adresse suivante : http://europa.eu.int/comm/food/fs/ph_ps/pro/eva/existing/index_en.htm.

- Les documents qui doivent être authentifiés, tels les certificats de vente et les lettres autorisant un agent local de l'exportateur ou un importateur à agir pour leur compte doit d'abord être notarié au Canada. La Section de l'authentification et de la signification de documents (JLAC) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international authentifie les documents notariés, sans frais pour l'exportateur.

- À des fins statistiques, le Canada exige que les exportateurs remplissent la déclaration d'exportateur (formulaire B13A). L'exportateur peut remplir cette déclaration et la faire parvenir électroniquement à l'Agence canadienne des douanes et du revenu à l'adresse suivante : (http://www.ccra-adrc.gc.ca/F/pbg/cf/b13/LISEZ-MOI.html). Voir à l'**ANNEXE A** les codes requis pour remplir ce formulaire.

- L'Association canadienne des cultures spéciales (ACCS), établit des règles commerciales et sert de forum aux exportateurs, commerçants, courtiers et transformateurs qui se livrent au commerce des cultures spéciales canadiennes, y compris les légumes secs, et peut jouer un rôle utile de contact pour les exportateurs canadiens faisant des affaires en Italie. De plus amples informations sur l'ACCS et les services offerts se trouvent sur le site Web de l'Association à l'adresse http://www.specialcrops.mb.ca.

- La Commission canadienne des grains veille au maintien de la qualité des cultures canadiennes, y compris pour les pois secs, les lentilles, les haricots secs et les pois chiches. Le maintien de la qualité vise à assurer un produit alimentaire de base fiable et sans danger pour la consommation intérieure et pour l'exportation et favorise la stabilité et la compétitivité pour les producteurs, l'industrie et les clients. Pour de plus amples informations sur la délivrance des licences aux entreprises céréalières ou pour consulter le Guide officiel du classement des grains, se rendre sur le site Web de la CCG à l'adresse suivante http://www.grainscanada.gc.ca.

PRINCIPAUX CONTACTS ET SERVICES DE SOUTIEN

Contacts au gouvernement du Canada

Ambassade du Canada en Italie
Via G.B. de Rossi 27
00161 Roma, Italy
Contact : Yvonne Zadra, agent de développement des affaires
Tél. : (39-06) 445981
Téléc. : (39-06) 445983754
Courriel : yvonne.zadra@dfait-maeci.gc.ca
Internet : http://www.canada.it

Consulat général du Canada à Milan
Via Vittor Pisani 19
Milano, Italy
Contact : Pier Paolo Chicco, agent de développement des affaires
Tél. : (39-02) 67581
Téléc. : (39-02) 6758-3900
Courriel : pierpaolo.chicco@dfait-maeci.gc.ca
Internet : http://www.canada.it

Agriculture et Agroalimentaire Canada
Édifice Sir John-Carling
930, ave. Carling
Ottawa (Ontario) K1A 0C5
Contact : Sylvain Wilson, agent principal de commerce international
Tél. : (613) 759-7726
Téléc. : (613) 759-7505
Courriel : wilsons@em.agr.ca
Internet : http://ats.agr.ca
(voir aussi **Contacts commerciaux régionaux**, plus bas)

Corporation commerciale canadienne (CCC)
50, rue O'Connor, bureau 1100
Ottawa (Ontario) K1A 0S6
Tél. : 1-800-748-8191 or (613) 996-0034
Téléc. : (613) 995-2121
Internet : http://www.ccc.ca

Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA)
59, promenade Camelot
Nepean (Ontario) K1A 0Y9
Tél. : (613) 225-2342
Téléc. : (613) 228-6653
Courriel : cfiamaster@em.agr.ca
Internet : http://www.cfia-acia.agr.ca

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI)
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Internet : http://www.dfait-maeci.gc.ca

Authentification et signification de documents (JLAC)
Tél. : (613) 992-6602
Téléc. : (613) 992-2467

Direction de l'appui aux marchés (TCM)
Tél. : (613) 995-1773
Téléc. : (613) 943-1103

Direction de l'Europe de l'Ouest (REO)
Tél. : (613) 995-8269
Téléc. : (613) 995-5772

Exportation et développement Canada (EDC)
151, rue O'Connor
Ottawa (Ontario) K2P 2L8
Tél. : 1-800-850-9626 / (613) 237-2690
Téléc. : (613) 598-6697
Courriel : export@edc4.edc.ca
Internet : http://www.edc.ca

Saskatchewan Agriculture, Food and Rural Revitalization
3085 Albert St.
Regina (Saskatchewan) S4S 0B1
Tél. : (306) 787-5140
Internet : http://www.agr.gov.sk.ca/default.asp

Agriculture et Agroalimentaire Canada - contacts commerciaux régionaux

Charlottetown
(Île-du-Prince-Édouard)
Rollin Andrew
Tél. : (902) 566-7315
Courriel : andrewr@em.agr.ca

Edmonton (Alberta)
Lorrie McFadden
Tél. : (780) 495-2119
Courriel :
mcfaddenl@em.agr.ca

Guelph (Ontario)
Wayne Parlee
Tél. : (519) 837-5824
Courriel : parleew@em.agr.ca

Halifax (Nouvelle-Écosse)
Janet Steele
Tél. : (902) 426-7171
Courriel : steelej@em.agr.ca

Moncton (Nouveau-Brunswick)
Bernard Mallet
Tél. : (506) 452-3706
Courriel : malletb@em.agr.ca

Montréal (Québec)
Sandra Gagné
Tél. : (514) 283-3815 ext. 523
Courriel : gagnes@em.agr.ca

New Westminster
(Colombie-Britannique)
Margaret Bancroft
Tél. : (604) 666-3054
Courriel :
bancroftm@em.agr.ca

Regina (Saskatchewan)
Jim Atcheson
Tél. : (306) 780-5545
Courriel : atchesonj@em.agr.ca

St. John's (Terre-Neuve)
Al McIsaac
Tél. : (709) 772-0330
Courriel : mcisaaca@em.agr.ca

Winnipeg (Manitoba)
Fay Abizadeh
Tél. : (204) 983-8622
Courriel : abizadehf@em.agr.ca

Contacts au gouvernement de l'Italie

Service italien des délégués commerciaux (Istituto del Commercio Estero [ICE])
Viale Liszt 21
00144 Roma, Italy
Tél. : (39-06) 065-9921
Téléc. : (39-06) 5964-7364
Courriel : ice@ice.it
Internet : http://www.ice.it (en italien)

Ministère de l'Agriculture et des Forêts (Ministero delle Politiche Agricole e Forestali [MIPAF])
Via XX Septembre 20
00187 Roma, Italy
Tél. : (39-06) 46651
Téléc. : (39-06) 474-2314 or 4665-2144
Internet : http://www.politicheagricole.it (In Italian)

Ministère des Finances (Ministero dell'Economia e delle Finanze)
Viale Europa 242
00144 Roma, Italy
Tél. : (39-06) 59971
Téléc. : (39-06) 591-0993
Internet : http://www.finanze.it (In Italian)

Ministère des Affaires étrangères (Ministero degli Affari Esteri)
Piazzale della Farnesina 1
00194 Roma, Italy
Tél. : (39-06) 36911
Courriel : cdr@esteri.it
Internet : http://www.esteri.it/eng/index.htm

Ministère du Commerce extérieur (Ministero Attivita Produttive)
Viale Boston 25
00144 Roma, Italy
Tél. : (39-06) 59931
Téléc. : (39-06) 5964-7531 or 5993-2153
Courriel : info@mincomes.it
Internet : http://www.mincomes.it (In Italian)

Ministère de la Santé (Ministero della Sanità)
Via della Sierra Nevada 60
00144 Roma, Italy
Tél. : (39-06) 59941
Internet : http://www.sanita.it (In Italian)

Institut national de l'agroéconomie (Istituto Nazionale Economia Agraria [INEA])
Via Barberini 36
00187 Roma, Italy
Tél. : (39-06) 478-561
Téléc. : (39-06) 483-488
Courriel : inea@inea.it
Internet : http://www.inea.it (In Italian)

Institut national du commerce extérieur (Istituto Nazionale per il Commercio Estero)
Via Listz 21
00144 Roma, Italy
Tél. : (39-06) 59921
Téléc. : (39-06) 5992-6899

Bureau de Milan
Corso Magenta 59
20123 Milano, Italy
Tél. : (39-02) 48-0441
Téléc. : (39-02) 480-05523
Courriel : ice@ice.it
Internet : http://www.ice.it (In Italian)

Contacts dans l'industrie au Canada

Alberta Pulse Growers Commission
4301-50 St.
Leduc (Alberta) T9E 7H3
Tél. : (780) 986-9398
Téléc. : (780) 980-2570
Courriel : abpulse@telusplanet.net
Internet : http://www.pulse.ab.ca

Canadian Food Exporters Association
885 Don Mills Rd., Suite 301
Toronto (Ontario) M3C 1V9
Tél. : 1-888-227-8848 or (416)-445-3747
Téléc. : (416)-510-8044/3
Courriel : info@cfea.com
Internet : http://www.cfea.com

Commission canadienne des grains
600-303 Main St.
Winnipeg (Manitoba) R3C 3G8
Tél. : 1-800-853-6705 or (204) 983-2770
Téléc. : (204) 983-2751
Courriel : webadmin@grainscanada.gc.ca
Internet : http://www.cgc.ca

Association canadienne des cultures spéciales
1215-220 Portage Ave.
Winnipeg (Manitoba) R3C 0A5
Tél. : (204) 925-3780/1
Téléc. : (204) 925-3785
Courriel : office@specialcrops.mb.ca
Internet : http://www.specialcrops.mb.ca

Manitoba Pulse Growers Association
38-4th Ave. NE
Carman (Manitoba) R0G 0J0
Tél. : (204) 745-6488
Téléc. : (204) 745-6213
Courriel : mpga@cici.mb.ca

Commission ontarienne de commercialisation des haricots
4206 Raney Cres.
London (Ontario) N6L 1C3
Tél. : (519) 652-3566
Téléc. : (519) 652-9607
Courriel : whitebeans@ontariobeans.on.ca
Internet : http://www.ontariobeans.on.ca

Ontario Coloured Bean Growers Association
RR 5
Mitchell (Ontario) N0K 1N0
Tél. : (519) 348-4141
Téléc. : (519) 348-8165
Internet : http://www.ocbga.com

Pulse Canada
1212-220 Portage Ave.
Winnipeg (Manitoba) R3C 0A5
Tél. : (204) 925-4455
Téléc. : (204) 925-4454
Courriel : president@pulsecanada.com
Internet : http://www.pulsecanada.com

Saskatchewan Pulse Growers
310-111 Research Dr.
Saskatoon (Saskatchewan) S7N 3R2
Tél. : (306) 668-5556
Téléc. : (306) 668-5557
Courriel : pulse@saskpulse.com
Internet : http://www.saskpulse.com

Contacts dans l'industrie en Italie

Institut d'études sur le marché agroalimentaire
(Istituto per Studi sul Mercato Agricolo [ISMEA])
Via C. Celso 6
00161 Roma, Italy
Tél. : (39-06) 8556-1295
Téléc. : (39-06) 8556-1233
Internet : http://www.ismea.it (In Italian)
Nota : ISMEA est un institut de recherches voué entièrement à la collecte d'informations nouvelles sur les produits agricoles en Italie, y compris les derniers prix de gros et de détail.

Confédération agricole italienne (Confagricoltura)
Corso Vittorio Emanuale 101
00186 Roma, Italy
Tél. : (39-06) 68521
Téléc. : (39-06) 687-9686
Courriel : info@confagricoltura.it
Internet : http://www.confagricoltura.it (en italien)

Association italienne du commerce extérieur (Associazione Italiana Commercio Estero [AICE])
Corso Venezia 47/49
20121 Milano, Italy
Tél. : (39-02) 775-0320/1
Téléc. : (39-02) 775-0329
Courriel : info@aicebiz.com
Internet :
http://www.aicebiz.com/index.jsp?lingua=eng

Association nationale des minotiers et des fabricants de pâtes alimentaires (Associazione Industriali Mugnai e Pastai d'Italia [ITALMOPA])
Via dei Crociferi 44
00187 Roma, Italy
Tél. : (39-06) 678-5409
Téléc. : (39-06) 678-3054
Courriel : italmopa@italmopa.it
Internet : http://www.italmopa.it (en italien)

Association nationale des importateurs et exporteurs de légumes (Associazione Nazionale Esportatori Importatori Ortofrutticoli e Agrumari [ANEIOA])
Via Sabotino 49
00195 Roma, Italy
Tél. : (39-06) 3751-5147
Téléc. : (39-06) 372-3659
Courriel : aneioarm@tin.it
Internet : http://web.tin.it/aneioa/homee.htm?30,15

Association nationale de l'industrie céréalière (Asociación Nacional de la Industria del Cereal [ANACER])
Via Po 102
00198 Roma, Italy
Tél. : (39-06) 884-0296
Téléc. : (39-06) 884-0877

Fédération nationale des produits alimentaires (FEDERALIMENTARE)
Via dell'Astronomia 30
00144 Roma, Italy
Tél. : (39-06) 590-3231
Téléc. : (39-06) 590-3342
Internet : http://www.federalimentare.it/home.html (en italien)

Association nationale des conserveurs de fruits et de légumes (Associazione Nazionale Industrie Conserve Alimentari Vegetali [ANICAV])
Viale della Costituzione Isola F/3
80143 Napoli, Italy
Tél. : (39-081) 734-7020
Téléc. : (39-081) 734-7126

Union des fabricants de pâtes alimentaires (Unione Pastai Italiani [UNIPI])
Via Po 102
00198 Roma, Italy
Tél. : (39-06) 854-3291
Téléc. : (39-06) 841-5132

Acheteurs italiens de produits alimentaires

Insieme CMS
Via Vittor Pisani 14
20124 Milano, Italy
Tél. : (39-02) 6698-7433
Téléc. : (39-02) 6698-7431

Interdis
Via Lomelina 10
20133 Milano, Italy
Tél. : (39-02) 752961
Téléc. : (39-02) 7529-6504

Intermedia
Via Vincenzo Monti
20016 Milano, Italy
Tél. : (39-02) 3391-1308
Téléc. : (39-02) 3391-1208

Selex
Via Cristoforo Colombo 51
20090 Trezzano sul Naviglio
Milano, Italy
Tél. : (39-02) 4840-2900
Téléc. : (39-02) 4840-2038

Sirio
Via Missiglia 97
20142 Milano, Italy
Tél. : (39-02) 8930-9263
Téléc. : (39-02) 8951-4752

Contacts dans l'industrie à l'échelle internationale

COCERAL
18, Square de Meeûs
1050 Bruxelles, Belgique
Tél. : (32-2) 502-0808
Téléc. : (32-2) 502-6030
Courriel : secretariat@coceral.com
Internet : http://www.coceral.com
Nota : Représentant officiel du commerce des céréales, aliments du bétail, oléagineux, huile d'olive, huiles et graisses et agrofournitures de l'Union Européenne.

European Association for Grain Legume Research
12, avenue George V
F-75008 Paris, France
Tél. : (33-1) 4069-4909
Téléc. : (33-1) 4723-5872
Courriel : a.schneider-aep@prolea.com
Internet : http://www.grainlegumes.com/aep

Association du commerce des céréales et des aliments du bétail
Room 206, Tower 1
Beijing Bright China Chang An Building
No. 7, Jian Guo Men Nei Da Jie
Beijing 100005 Chine
Tél. : (86-10) 6518-2273
Téléc. : (86 10) 6518-2274
Internet : http://www.gafta.com

Confédération internationale du commerce et des industries des légumes secs (CICILS)
Bureau 273
Bourse de Commerce
2, rue de Viarmes
75040 Paris Cedex 01, France
Tél. : (33-1) 4236-8435
Téléc. : (33-1) 4236-4493
Courriel : fnls@legume-sec.com
Internet : http://www.legume-sec.com (en français)

ANNEXE A Codes d'exportation canadiens - légumes secs, 2001

Description	Code d'exportation - B13A	Unité de mesure
Pois (*Pisum sativum*)		
Graines à ensemencer	0713.10.10	KGM
Cassés	0713.10.20	KGM
Verts	0713.10.91	KGM
Jaunes	0713.10.92	KGM
Autres	0713.10.99	KGM
Pois chiches		
Graines à ensemencer	0713.20.10	KGM
De variété Kabouli	0713.20.91	KGM
Autres	0713.20.99	KGM
Haricots des espèces *Vigna mungo* (L.) *Hepper ou Vigna radiata* (L.) Wilczek		
Graines à ensemencer	0713.31.10	KGM
Autres	0713.31.90	KGM
Haricots « petits rouges » (haricots Adzuki) (*Phaseolus vulgaris*)		
Graines à ensemencer	0713.32.10	KGM
Autres	0713.32.90	KGM
Haricots communs y compris les petits haricots ronds blancs (*Phaseolus vulgaris*)		
Graines à ensemencer	0713.33.11	KGM
Petits haricots ronds blancs/type *navy* à ensemencer	0713.33.19	KGM
Petits haricots ronds blancs/type *navy*	0713.33.91	KGM
Haricots communs rouges foncés	0713.33.92	KGM
Haricots communs rouges clairs	0713.33.93	KGM
Autres	0713.33.99	KGM
Autres haricots		
Graines à ensemencer	0713.39.10	KGM
Haricots Pinto	0713.39.91	KGM
Haricots noirs	0713.39.92	KGM
Haricots *Great Northern*	0713.39.93	KGM
Autres	0713.39.99	KGM
Lentilles (*Lens culinaris*)		
Graines à ensemencer	0713.40.10	KGM
Vertes, y compris françaises (tachetées d'un vert foncé)	0713.40.91	KGM
Autres	0713.40.99	KGM

Source : Association des cultures canadiennes spéciales. « Codes d'exportation canadiens - légumes secs - 2001». Téléchargé de l'adresse http://www.specialcrops.mb.ca/2001export.html, le 11 février 2002.

BIBLIOGRAPHIE

Imprimé

Agra Europe. « Farm Minister Opposed to GM », 24 mai 2002.

ANSA. « Experts Prepare White Paper on GM Products, Alemanno Says », 4 juin 2002.

Dun and Bradstreet. *Exporter's Encyclopaedia*, 2002.

Euromonitor. « Italy: New Product Development: Product Launches–Canned Food by Sector », avril 2000.

———. « Packaged Food in Italy », octobre 2001.

European Report. « Biotechnology–MEPs Vote for the World's Strictest GMO Legislation », 6 juillet 2002.

Frost and Sullivan. « European Protein Ingredients Market », septembre 2001.

Globe and Mail. « EU Votes for Tough GM Food Labels », 3 juillet 2002.

Star Ledger. « Lentils for Luck and More », 26 décembre 2001.

Électronique

Alberta Pulse Growers. « 2002 U.S. Farm Bill: Pulse Canada Response », avril 2002. Téléchargé de l'adresse **http://www.pulse.ab.ca/newsletter/2002spring/pulsecda.html**, le 26 mai 2002.

Biotechnology, Agriculture, Society and Environment. « Processing, New Food Application and Development of Improved Bean Cultivators » 1999. Téléchargé de l'adresse **http://www.bib.fsagx.ac.be/base/pdf-abo/v3n4/ran-ful.pdf**, le 27 juin 2002.

Canada. Agriculture et Agroalimentaire Canada. « Pois chiches : Situation et perspectives », 9 février 2001. Téléchargé de l'adresse **http://www.agr.gc.ca/policy/winn/biweekly/Francais/biweekly/volume14f/v14n17f.htm**, le 28 mai 2002.

———. « Les pois secs : Situation et perspectives », 28 septembre 2001. Téléchargé de l'adresse **http://www.agr.gc.ca/policy/winn/biweekly/Francais/biweekly/volume14f/v14n17f.htm**, le 28 mai 2002.

———. « Secteur canadien des légumineuses et cultures spéciales : situation et perspectives », 8 février 2002. Téléchargé de l'adresse **http://www.agr.gc.ca/policy/winn/biweekly/Francais/biweekly/volume15f/v15n03f.htm**, le 28 mai 2002.

———. « Exportations vers l'Italie », mars 2002. Téléchargé de l'adresse **http://ats.agr.ca/stats/trade_data/Italy_x07f.pdf**, le 18 juin 2002.

———. « Marché des aliments biologiques en Italie », mars 2002. Téléchargé de l'adresse **http://www.infoexport.gc.ca/ie-fr/DisplayDocument.jsp?did=7373**, le 18 juin 2002.

———. « Coup d'oeil sur l'Italie », 23 mai 2002. Téléchargé de l'adresse **http://ats.agr.ca/stats/factsheets/italy-f.htm**, le 18 juin 2002.

———. « Secteur canadien des légumineuses et cultures spéciales : situations et perspectives », 31 mai 2002. Téléchargé de l'adresse **http://www.agr.gc.ca/policy/winn/biweekly/Francais/scsd/2002/may2002scf.htm**, le 3 juin 2002.

———. « Le bulletin bimensuel : Féveroles : situation et perspectives », 7 juin 2002. Téléchargé de l'adresse **http://www.agr.gc.ca/policy/winn/biweekly/Francais/biweekly/volume15f/v15n11fb.htm**, le 13 juin 2002.

———. « Le bulletin mensuel : Lentille : situation et perspectives », 7 juin 2002. Téléchargé de l'adresse **http://www.agr.gc.ca/policy/winn/biweekly/Francais/biweekly/volume15f/v15n11fa.htm**, le 13 juin 2002.

Canada. Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. « Stratégie commerciale Canada-Italie 2001-2002 », novembre 2001. Téléchargé de l'adresse **http://www.infoexport.gc.ca/ie-fr/DisplayDocument.jsp?did=988&gid=88**, le 18 juin 2002.

———. « Ouverture sur le monde 2002 », 2002. Téléchargé de l'adresse **http://www.dfait-maeci.gc.ca/tna-nac/cimap-f.asp**, le 18 juin 2002.

COCERAL. « Oilseeds and Pulse Crop Forecast 2002 », avril 2002. Téléchargé de l'adresse **http://www.coceral.com/forecast/oil-apr-02.pdf**, le 27 juin 2002.

Just Food. « *Organic Food Sales Set to Quadruple by 2005 Despite Consumer Ignorance* », 17 septembre 2001. Téléchargé de l'adresse **http://www.just-food.com/news_print.asp?art=41654**, le 20 juin 2002.

———. « *Italy: Bio-Domenica Promotes Organics, While Debate Over Pesticide Contamination Continues* », 8 octobre 2001. Téléchargé de l'adresse **http://www.just-food.com/news_detail.asp?art=43112**, le 20 juin 2002.

———. « *Italy: Italian Consumers Still Not Convinced By GM* », 7 mars 2002. Téléchargé de l'adresse **http://www.just-food.com/news_print.asp?art=48270**, le 20 juin 2002.

Pulse Canada. « *Healthier Food Trends* », 2001. Téléchargé de l'adresse **http://www.pulsecanada.com/Documents/Newsletter/2001Spring/2001Spring.pdf**, le 27 juin 2002.

Saskatchewan Agriculture, Food and Rural Revitalization. « *List of EU Importers of Organic Pulse Available* », 22 avril 2002. Téléchargé de l'adresse **http://www.agr.gov.sk.ca/docs/reports/f_f_report/ffr0217.asp**, le 20 juin 2002.

———. « *Chickpeas in Saskatchewan* », mai 2002. Téléchargé de l'adresse **http://www.agr.gov.sk.ca/docs/crops/pulses/production_information/chickpea2002.asp**, le 20 juin 2002.

Statpub.com. « *Italy Crop Production Summary* », 7 mai 2002. Téléchargé de l'adresse **http://www.statpub.com/stat/news/2002/5/12286.phtml**, le 25 juillet 2002.

———. « *FAO Sees 7% Jump in World Pulse Output* », 16 mai 2002. Téléchargé de l'adresse **http://www.statpub.com/stat/news/2002/5/12950.phtml**, le 24 juillet 2002.

———. « *Italy–Selected Specialty Crop Imports* », 24 juin 2002. Téléchargé de l'adresse **http://www.statpub.com/stat/exports/4759.html**, le 24 juillet 2002.

Stockholm School of Economics. « *Pulse, Per Capita Supply Per Year* », 2000. Téléchargé de l'adresse **http://www.hhs.se/personal/suzuki/o-English/fo30.html**, le 2 juillet 2002.

Trade Partners UK. « *Food and Drink Market Italy* », 2002. Téléchargé de l'adresse **http://www.tradepartners.gov.uk/food/italy/profile/overview.shtml**, 20 juin 2002.

États-Unis. Central Intelligence Agency. « *Factsheet: Italy* », 24 janvier 2002. Téléchargé de l'adresse **http://www.odci.gov/cia/publications/factbook/geos/it.html**, le 18 juillet 2002.

États-Unis. Department of Agriculture. « *Can Do–Going Private Label Pays in Europe* », septembre 2001. Téléchargé de l'adresse **http://www.fas.usda.gov/info/agexporter/2001/sept/page04-0.pdf**, le 20 juin 2002.

———. « *Italy–Retail Food Sector Report 2001* », 30 novembre 2001. Téléchargé de l'adresse **http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200112/135682833.pdf**, le 20 juin 2002.

———. « *U.S. Exporters Keep Italy on the Bean* », 13 décembre 2001. Téléchargé de l'adresse **http://www.fas.usda.gov/info/agexporter/1998/usbeans.html**, le 27 juin 2002.

———. « *Italy–Grain and Feed Annual 2002* », 22 février 2002. Téléchargé de l'adresse **http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200202/135683525.pdf**, le 20 juin 2002.

États-Unis. Department of Commerce. « *World Factsheet: Italy* », 2002. Téléchargé de l'adresse **http://www.cia.gov/cia/publications/factbook/geos/it.html**, le 20 juin 2002.

Western Producer. « *Peas Too Pricey for Feed Purposes* », 7 décembre 2001. Téléchargé de l'adresse **http://www.producer.com/articles/20011206/market_quotas/20011206mkt03.html**, le 4 juin 2002.

———. « *United States Closer to Subsidizing Pulse Production* », 22 février 2002. Téléchargé de l'adresse **http://www.producer.com/articles/20020221/market_quotas/20020221mkt02.html**, le 30 mai 2002.

———. « *Taking a Pulse on Special Crops* », 15 mars 2002. Téléchargé de l'adresse **http://www.producer.com/articles/20020314/market_quotas/20020314mkt01.html**, le 30 mai 2002.

———. « *Pulse growers Get Reprieve from U.S. Crop* », 7 juin 2002. Téléchargé de l'adresse **http://www.producer.com/articles/20020606/market_quotas/20020606mkt03.html**, le 14 juin 2002.

AUTRES DOCUMENTS DE RÉFÉRENCE

Sites Internet utiles

Agriculture et Agroalimentaire Canada – Division de l'analyse du marché :
http://www.agr.gc.ca/policy/winn/biweekly

Alberta Agriculture Food and Rural Development. Special Crops Newsletter :
http://www.agric.gov.ab.ca/index.html

Agriculture et Agroalimentaire Canada – Cultures spéciales : **http://www.agr.ca/misb/spcrops**

CanadaEuropa : **http://www.canadaeuropa.gc.ca**

ExportSource : **http://exportsource.gc.ca**

Foodlink.com : **http://www.food-link.com/web/food_link_en/acquisti/vetrine/vetrina/sellers_list.asp**

Industrie Canada (Strategis) : **http://strategis.ic.gc.ca**

InfoExport : **http://www.infoexport.gc.ca**

Italy Businessnet.com : **http://italybusinessnet.com**

L'Union européenne en ligne : **http://europa.eu.int**

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international : **http://www.dfait-maeci.gc.ca**

Services d'exportation agroalimentaire : **http://ats.agr.ca**

U.S. Department of Agriculture : **http://www.usda.gov**